صناعة الخبر
فى كواليس الصحف الأمريكية

الطبعة الأولى
١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م

الطبعة الثانية
١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م

© دار الشروق
أسسها محمد المعلم عام ١٩٦٨

القاهرة : ٨ شارع سيبويه المصرى
رابعة العدوية - مدينة نصر - ص . ب : ٣٣ البانوراما
تليفون : ٤٠٢٣٣٩٩ - فاكس : ٤٠٣٧٥٦٧ (٢٠٢)
البريد الإلكترونى: email: dar@shorouk.com

ترجمة أحمد محمود

صناعة الخبر
فى كواليس الصحف الأمريكية

جون ماكسويل هاملتون



جورج أ. كريمسكى

دار الشروق

مقدمة المترجم

نشرت الصحف مؤخراً صورة لصحفى وصف بأنه صحفى «أونلاين» . كانت الصورة تمثل الصحفى فى صورة غير معهودة لنا . إذ كان يبدو كجندى فى حرب من الحروب الحديثة محمل بكافة المعدات التى يحتاجها فى المعركة . كانت على رأسه خوذة اتصالات بها كاميرا وجهاز راديو وشاشة صغيرة أمام إحدى عينيه ، بينما كانت فى معصمه لوحة مفاتيح كمبيوتر . والصحفى بهذه الكيفية يمكنه أن يبث التقارير والصور إلى صحيفته عن طريق الإنترنت . وهو يستخدم لوحة المفاتيح لكتابة تقريره وبثه عبر البريد الإلكترونى ، الذى ينقل فى الوقت ذاته الصور التى تلتقطها الكاميرا المثبتة على رأسه فى حين يذيع من جهاز الراديو تقريراً صوتيا مباشراً بصوته .

تلك المعدات عرضت فى معرض تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات فى هانوفر بألمانيا . والسؤال الذى يطرحه ظهورها هو : هل سيحل الصحفى بصورته هذه محل الصحفى التقليدى الذى لا يحمل معه غير ورق وقلم ، وربما جهاز تسجيل صغير؟ وهل ستحل هذه الصحافة التى تظهر على شاشات الكمبيوتر محل صحافة الورق والحبر التى عهدناها من زمن طويل؟

الواقع أن مثل هذه الأسئلة عادة ما تثار كلما ظهرت وسيلة إعلامية جديدة ، ففى مثل هذه الأحوال غالبا ما يكون هناك شك فى صمود القديم أمام الجديد . فقد كان هناك خوف من اختفاء الصحيفة عند ظهور الراديو ، وظن الناس أن الإذاعة إلى زوال مع ظهور التلفزيون ، وأن التلفزيون سوف يقضى تماما على الصحيفة . وها هو الشك يعود من جديد بشأن بقاء الصحافة والتقليدية بعد ظهور الجريدة

الإلكترونية. ولكن الواقع هو أن لكل وسيلة جاذبيتها وسحرها وإمكانياتها التى قد تحول دون الإقلاع تمامًا عن استخدامها؛ فكل وسيلة يمكنها البقاء إلى جانب غيرها من وسائل، بشرط أن تكون قادرة على التجديد والإبداع وتتمتع بالجرأة والخيال اللازمين لمناقشة سواها من وسائل.

وفيما يتعلق بالسؤال عن صمود الصحيفة التقليدية أمام صحيفة «أونلادين»، أو الصحيفة الإلكترونية، فإن الخبراء الإعلاميين يجيبون بأن الصحافة الإلكترونية لن تقضى على الصحافة الورقية. فكما جاء من قبل، ليست هذه هى المرة الأولى التى تواجه فيها الصحافة التقليدية التحديات، فمن قبل أعلن الكثيرون عن موت الصحافة مع بدء الإرسال التلفزيونى، ورغم ذلك ازدهرت الصحافة فى وجود التلفزيون ازدهارًا لم تشهده من قبل، حتى أن عدد الصحف التى تصدر فى الولايات المتحدة بلغ فى يوم من الأيام ١٥٥٠ صحيفة. كما أن الصحف طورت نفسها واهتمت أكثر بالصورة. بل إن صحيفة مثل «يو إس إيه توداى» جعلت همها الأول تقديم الصور الملونة بعد أن صار التلفزيون ملونًا، وتلتها صحف كثيرة اهتمت بأن تكون صورها ملونة.

والصحيفة التقليدية تتميز بميزة غاية فى الأهمية، وهى سهولة حملها والانتقال بها من مكان لمكان. فى حين لا يمكن للصحافة الإلكترونية، التى تحكمها شاشة الكمبيوتر والأسلاك الكهربية، منافسة الصحافة الورقية فيما يتعلق بتقديم التغطية الشاملة والمتعمقة للأحداث. يضاف إلى ذلك أن قراءة الموضوعات على شاشات الكمبيوتر تقل سرعتها بمقدار ٢٥٪ بالمائة عن سرعة قراءتها من الصحيفة الورقية. وتشير الدراسات إلى أن قراءة الصحف الإلكترونية يختلفون كثيرا عن قراءة الصحف الورقية. فهم فى العادة أناس ليس لديهم الوقت الكافى للاطلاع على التفاصيل، ولا صبر لهم على القراءة، كما أنهم لا يهتمون بالتفاصيل ويمرون على المادة المنشورة مرور الكرام، فيلتقطون كلمة من هنا وأخرى من هناك.

وصحيح أن الصحافة التقليدية لم تعد هى صاحبة السبق فى مجال التغطية المباشرة للأحداث ونقل الأخبار، ولكنها مع ذلك تملك القدرة على تقديم التقارير المتأنية التى تقدم للقارئ كل ما يحتاجه من خلفيات ومعلومات ومتابعات لما

تقدمه الصحافة الإلكترونية على عجل، وهى بذلك تقوم بدور حيوى يجعلها ضرورية إلى جانب الصحيفة الإلكترونية. ومرة أخرى، لابد أن يتم ذلك وعينها على الاستفادة من إبداعات صحفييها وقدرتهم على التحليل والعرض النزيه للأحداث، مع مراعاة أمر مهم جدا للحفاظ على مصداقيتها، وهو احترام ذكاء قرائها.

والمنطقة العربية، وقراء العربية فى كل مكان، يمكنهم الآن متابعة تجربة فعلية للصحافة الإلكترونية، وهى صحيفة «بى بى سى أونلاين» التى تصدرها هيئة الإذاعة البريطانية من لندن. وحيث إن هذه الصحيفة متعددة الوسائل، فيمكن لـ «القارئ» أن يتصفح ما تقدمه من مواد مكتوبة وصور فوتوغرافية وتسجيلات صوتية ولقطات فيديو حية. ولا تحتاج للاطلاع على هذه الصحيفة الإلكترونية سوى أن يكون لديك جهاز كمبيوتر شخصى واشتراك فى شبكة الإنترنت. ويرى المسئولون عن هذه الصحيفة أن الصحفى صحفى مهما اختلف نوع الصحيفة. فالمسألة مسألة اختلاف فى المواد والأدوات التى يستخدمها كل من صحفى الصحيفة الورقية وذلك الذى يعمل فى الصحيفة الإلكترونية.

وإذا كانت الصحافة التقليدية تقدم مادتها لقارئ يحمل معه الصحيفة الورقية ويطلع عليها متى شاء، مما يجعلها تضمّن قصصها الإخبارية كل الخلفيات والآراء المتعلقة بها، فالصحيفة الإلكترونية تتعامل مع «قارئها» وكأنه شخص يقود سيارته ويستمتع إلى الإذاعة فى أثناء سيره. إنه «قارئ» مشغول بأشياء أخرى يقوم بها على جهاز الكمبيوتر. وهو غالبًا ما يرغب فى الاطلاع على معلومات فورية. وعليه فلابد أن يكون محرر الصحيفة الإلكترونية ماهراً فى قدرته على إيجاز ما يقدمه، بحيث يحتوى على كل ما يريده «القارئ» بأقل عدد ممكن من الكلمات.

ولكن بما أن الصحيفة التى تصل إلى بيتك كل صباح، أو تشتريها وأنت فى طريقك إلى عملك، هى تلك الصحيفة الورقية التقليدية، وبما أنه لا خلاف بين الصحيفة الورقية والإلكترونية - كما سبق وبينا - إلا فى المواد والأدوات، فلابد إذن أن هناك عوامل مشتركة كثيرة جدًا بين عمل الصحفى فى كلتا الصحيفتين.

فأساسيات العمل واحدة، والموضوعات التى تتناولها الصحيفتان واحدة، وطرق الحصول على الخبر لا تختلف كثيرا.

وهذا الكتاب الذى وضعه اثنان من الصحفيين الأمريكيين جمعا بين العمل الميدانى والأكاديمى، هما چون ماكسويل هاملتون وچورج أ. كريمسكى، يتجول بنا فى الصحف الأمريكية كبيرها وصغيرها ليقدم لنا الطريقة التى تعمل بها الصحف هناك. فهما يقودان القراء بفطنة ومقدرة فى دوامة جمع الأخبار وكتابتها وتحريرها ونشرها. وهما خلال ذلك يقدمها توليفة ترضى شغف القارئ من التوضيح والتفسير والتاريخ والحكايات والتحليلات الإحصائية، لكى يبينا الخطأ والصواب فى صحافة الوقت الراهن. كما يكشف الكتاب نقاط الضعف ومواطن القوة فى الصحف الأمريكية كبيرها وصغيرها.

وحيث إن الصحافة فى الولايات المتحدة جميعها مستقلة، أى ليست هناك صحف تملكها الدولة، فإن هذا الكتاب تصبح له أهمية كبيرة فى مجتمعنا فى الوقت الراهن، بعد أن باتت هناك صحف مستقلة وحزبية كثيرة، ولم يعد الأمر مقصوراً على الصحف المملوكة للدولة. فتشابه العلاقات بين إدارة الصحيفة والصحفيين، وبين الصحيفة وأجهزة الدولة المختلفة، فى الولايات المتحدة ومصر فى الوقت الراهن يجعل القضايا التى يتناولها هذا الكتاب قريبة إلى حد كبير من طبيعة العلاقات الحالية فى مجتمعنا.

والكتاب بذلك مفيد لكل من القارئ ومن يرغب فى ممارسة العمل الصحفى، أو من يمارسه بالفعل. وتتناول فصوله الثمانية شتى جوانب العمل داخل الصحيفة، وعلاقة الصحفى بمصادره، وعلاقة الصحيفة والصحفى بالقراء والمجتمع وأجهزة الدولة المختلفة، إلى جانب حقوق كل من هذه الأطراف جميعًا. ومن النقط المهمة التى يناقشها الكتاب الفرق بين العام والخاص، ومتى يعتبر ما يكتبه الصحفى تشهيراً ومتى لا يكون كذلك، أى متى يكون ما كتبه الصحفى نقدًا مسموحًا به ومتى يكون قذفًا يعاقب عليه القانون. وهناك مناقشة لدور الصحفى فى كشف المخالفات وعرضها على الرأى العام، ويأتى على رأس ذلك فضيحة ووترچيت التى اضطرت الرئيس الأمريكى ريتشارد نيكسون للاستقالة. وكان وراء

ذلك الصحفى الشاب وودورد بصحيفة واشنطن بوست، الذى استعان بمصدر رفض الإفصاح عن اسمه الحقيقى ورمز له باسم مستعار، هو «الحَلْق العميق»، وفاز بجائزة بوليتزر، وهى أكبر جائزة للصحافة فى الولايات المتحدة، عن سلسلة تحقيقاته تلك.

ويشير الكتاب إلى مسألة مهمة جدا وهى اقتصاديات الصحف. فالصحيفة مؤسسة تستهدف تحقيق الأرباح، وهى لذلك يهمها، إلى جانب رسالتها الإعلامية، ألا تخسر وأن تكون عائداتها مجزية. وهو ما يجعل قسم الإعلانات فى أية صحيفة قسمًا فى غاية الأهمية، ويجعل الإعلان متحكما فى حجم المادة التحريرية. حتى أن قسم الإعلانات يقوم أولاً بتسكين الإعلانات فى صفحات الجريدة المختلفة، ثم يبلغ التحرير بما تبقى من مساحة لتشغلها المادة التحريرية. وتحرص الصحف أشد الحرص على عدم إغضاب المعلنين، فهى لا تنشر مثلا خبراً عن سقوط إحدى الطائرات فى صفحة بها إعلان لشركة خطوط جوية. بل إنها قد تضحى بالخبر أو تؤجل نشره ليوم تال. وبما أن المعلن يميل إلى نشر إعلانه فى صحيفة لها عدد كبير من القراء، فالصحيفة تحرص على اتباع كل الطرق لزيادة عدد قرائها، وقد تتخذ بعضها الإثارة سبيلاً لتحقيق هذا الهدف. وهذا الاتجاه يشيع فيما اصطلح على تسميتها بالصحف الشعبية، أو النابلويد، أو صحف الفضائح.

وفى فصل بعنوان «مزايا الصحفيين وعيوبهم»، يتناول الكتاب ما يشاع عن الصحفيين وحياتهم، ثم يقدم الصور الحقيقية لتلك الحياة. وفى هذا الجزء من الكتاب نجد مجموعة من الإحصائيات التى تقارن بين الصحفيين وغيرهم من المهنيين من حيث دخولهم وأساليب معيشتهم وعلاقاتهم بأسرهم وبالمجتمع. وهو يخلص إلى أن الصحفى مثله مثل غيره من أبناء المجتمع. فهو ليس أسوأ منهم ولا يتفوق عليهم فى شىء.

وفى النهاية يطرح الكتاب عدداً من الأسئلة مثل: هل سيبقى اهتمام الناس بالأخبار؟ هل ستبقى الصحيفة؟ هل ستسيطر الشركات الكبرى على «بزنس» الأخبار بما يزيد على سيطرتها الحالية عليه؟ هل ستكون الأخبار أكثر خفة وأقل جدية؟ ثم يقدم إجابات عن كل هذه التساؤلات التى تشغل بال كل من الصحفى

والقارئ معًا، لما لها من تأثير على مستقبل الصحيفة التى اعتدنا على شكلها وطريقة إخراجها وعلى وجودها بين أيدينا كل صباح.

وآمل أن أكون قد ساهمت بجهدى المتواضع بترجمة هذا الكتاب فى تزويد المكتبة العربية بكتاب مفيد ونافع، يعرف منه القارئ كيف يقرأ صحيفته، ويقدم للصحفى صورة عن الطريقة التى يعمل بها زملاء مهنته فى الولايات المتحدة، وينتفع طالب الصحافة بما احتواه من معلومات يسترشد بها فى حياته العملية.

المترجم

الهرم - مارس ٢٠٠٠

تقـديـم

إذا كانت الصحيفة فى يوم من الأيام تعتبر أهم أشكال الاتصالات العامة التى تستهدف قارئًا عامًا يسمى «بائع اللبن فى كانساس سيتى» الذى يسمى خليفته المعاصر « جين أو جو سيكسباك »، فهذا لم يعد صحيحًا فى الوقت الراهن. فصحيفة « المساوى الأكبر » ذات الانتشار العام، التى كانت تستهدف كل الناس بصورة عامة وليس أحداً بعينه، هى الآن جزء فى خليط معقد من الاتصالات الحديثة.

وواقع الأمر أن طابع الصحيفة وجاذبيتها اللذين يتسمان بالعمومية هما ما يجعلها حقيقة مستمرة من حقائق الحياة، ولو فى حقبة طريق المعلومات السريع.

وبينما قد يرى البعض أن الصحيفة ديناصور فى عصر المعلومات، أو آخر ما تبقى من تكنولوجيا ولّى زمانها، فإن مثل هذه الافتراضات على قدر كبير من الخطأ. ذلك أن الصحيفة هى أهم قوة منظمة للأخبار والمعلومات فى العالم حاليًا، وهى كذلك أكثر من أية وسيلة أخرى تقدم مخزون المعلومات ـ أو لنقل قائمة الطعام ـ الذى يضم مجموعة كبيرة من الأخبار، الجادة والخفيفة، الخاصة بالمجتمع المحلى والأمة والعالم. وهى متعددة الأوجه فيما تحويه، حيث تتراوح بين أخطر تقييم للشئون العامة، كالسياسة والاقتصاد، وأكثر التحقيقات هزلاً عن شخص من عامة الناس يقوم بشىء غير عادى. وتمسح الصحيفة الأرض، وتختار لقرائها، وتقدم لهم بضاعة ترضيهم.

وأية صحيفة لها شخصيتها كذلك، وهى ما يسميه بعض المعلقين «تمييز الاسم التجارى»؛ ذلك أن القراء، سواء أكانوا منتظمين أم طارئين، يعرفون ما يتوقعونه

منها . وأحد أسباب كون الصحيفة مهمة فى الوقت الراهن بالقدر الذى كانت عليه عندما لم يكن هناك سواها ، هو أنها النموذج الذى يحتذى بالنسبة للكثير من المشروعات الإعلامية الجديدة . ويتحدث الناس عن الصحيفة الإلكترونية الجديدة ، صحيفة الفضاء الإلكترونى ، وصحافة التمكين ، وهم يعلمون أن الصحيفة يعرفها الجميع معرفة جيدة ويفهمونها بسهولة ، مما يحتم على أية محاولة لتبديلها أن تقوم بكل وظائفها الخاصة بنقل المعلومات والرأى والتسلية والإعلان فى حزمة واحدة يسهل استرجاعها ويفترض أنها غير مكلفة . وحتى يومنا هذا ، لم ينجح أى مسعى لإنشاء صحيفة إلكترونية نجاحًا حقيقيًا ، وتلك الصحف التى تحقق أقصى تقدم يملكها ويديرها صحف ورجال صحافة .

وقد تصبح الصحافة والصحف أكثر تفاعلية على مر الزمن ، حيث يكون استرجاع رأى القارئ المشاهد أسرع وأكثر كفاءة . غير أنه لابد من حدوث نفس عملية التنظيم والغربلة والتوصيل ، فالصحيفة هى المعلم الأول بالنسبة للعصر الإلكترونى ، ولم يتفوق عليها شىء حتى الآن . ويقول بعض علماء المستقبليات إنه فى وقت ما قد تختفى الصحيفة التى تقدم على ورق ، غير أن وظائف الصحيفة ونفعها لن تختفى . ربما تصبح الصحيفة متقدمة تكنولوجيًا وحميمة للقارئ ، غير أن بعض معالمها وأغراضها الأساسية لا يحتمل تغيرها تغيرًا كبيرًا خلال عشرات السنين المقبلة .

وواقع الأمر أن جوهر الصحيفة منذ خلقت لأول مرة هو الديناميكية والقدرة على التكيف مع التغيرات . أى التغير الذى يطرأ على العالم نفسه ، والتغير فى الأساليب والمعايير الصحفية ، والتغير فى اهتمامات القارئ وأهوائه . فالصحيفة هى أستاذ التغيير . فعلى العكس من الحصان والعربة فى العصور السابقة اللذين استعيض عنهما بالسيارة ، تقود الصحيفة عالم الصور الإلكترونية والتوصيل بالأقمار الصناعية وتندمج معه . فالصحيفة نسق ، وهى منظمة للإخبار ، كما أنها جوهر ومضمون ، وقوة مؤثرة .

إن التعقيد المتزايد لمحتويات الصحف ونشرات الأخبار فى الإذاعة والتلفزيون ، وغيرها من مصادر الاتصال العام ، هو الذى حدا ببعض المراقبين إلى التشجيع على

قيام حركة «معرفة إعلامية»، أو على أقل تقدير السعي لمساعدة القراء المشاهدين على أن يتجولوا بشكل أفضل بين الأخبار والمعلومات الموجهة إليهم من مصادر عديدة وفهمهما بشكل أحسن. فعلى سبيل المثال، تحمل صحيفة «وول ستريت جورنال» Wall Street Journal مادة شديدة التعقيد، منظمة على هيئة أبواب وأقسام عدة، حتى أنه هناك دليل مطول للصحيفة ومحتوياتها. ويفترض الكثير من الناس خطأ أن الصحف بصورة عامة تستلزم القليل من التفسيرات أو القليل من العلامات الإرشادية للقارئ، وهذا اعتقاد خاطئ؛ حيث إن الصحافة تتبع سبيل «تشعب السوق» وتستهدف أكثر وأكثر نخبة من القراء النوعيين والخيارات النوعية- وهم هؤلاء المتعلمون تعليمًا جيدًا وعلى قدر من الغنى فى أغلب الأحيان. وبينما لا يزال بإمكان أى مواطن أن يشترى صحيفة من أحد أكشاك الصحف، فليس هناك ما يضمن أنه سوف يفهم ويقدر كل ما ينبغى أن يعرفه عن أهداف تلك الصحيفة ومحتوياتها الفهم والتقدير الصحيحين، وأن يكون قارئًا بحق ومستهلكًا ممحصًا للأخبار.

وفى هذا الكتاب، يقدم جون ماكسويل هاملتون وجورج أ. كريمسكى دليل العالم ببواطن الأمور إلى الصحيفة (وغيرها من وسائل الإعلام) التى يمكن الوصول إليها وقراءتها. ومن حسن الحظ أنهما ربطا بين جوانب الصحيفة الخاصة بـ «ما تراه» و«ما تفهمه»، كما يوضحان الغابة الكثيفة من الأخبار وغيرها من المعلومات التى تحملها الصحف النمطية فى الولايات المتحدة. ويقدم الكتاب آراء بعيدة النظر فى هؤلاء الذين ينتجون الصحف ـ موقفهم ومنهجهم وأهدافهم المهنية ـ وهما بذلك يزيلان الكثير من سوء الفهم الشائع. ويربط الكتاب كذلك بين محتويات الصحيفة ومكتب المحاسبة ـ وهو ما يعنى الأسباب الاقتصادية لوجودها وتضمينات هذه الأسباب. وهنا تتكون لدينا فكرة عن دافع أصحاب الصحف.

ولكى يفهم القراء الصحيفة فهمًا تامًا، لابد أن يعرفوا قواعد اللعبة ـ أى معايير الصحافة وأسلوبها وبنيتها ـ وهو ما يقدمه هذا الكتاب. ومعرفة كيفية كتابة الأخبار والسبب فى كتابتها أمر ضرورى، وكذلك الحال بالنسبة لانتقاء مصادر الأخبار.

وهذا الكتاب المهم ضرورى لأى إنسان تساءل فى يوم من الأيام عن الأسباب

وراء قيام الصحف بما تقوم به وما يمكن أن يتوقع المرء رؤيته فى الوقت الراهن وفى المستقبل. وقد كتبه اثنان من محترفى الأخبار المميزين، لهما خبرة فى كبرى الصحف والخدمات السلكية فى الولايات المتحدة وأنحاء أخرى من العالم. وهاملتون وكريمسكى حاليًا معلمان بكل ما تعنيه هذه الكلمة من معنى: فأحدهما عميد إحدى كليات الصحافة الرائدة، ويرأس الآخر مركز تدريب مرموق للصحفيين الدوليين. وكلاهما يتمتع بميزة الخبرة الدولية الكبيرة وغالبًا ما وجهت له أسئلة من الزائرين الذين لديهم قدر قليل من فهم بيئة الأخبار الأمريكية. وذلك يعطيهما وكتابهما معنى شديد التركيز للأسئلة الرئيسية التى فى أذهان الطلاب والمواطنين ومحترفى الأخبار والزائرين الدوليين والنقاد، تتعلق بما يحتاج المرء إلى معرفته بشأن الصحف ورجال الصحافة والأخبار نفسها.

إن هذا الكتاب يقدم لقرائه منظوراً ثريًا زاخراً بالحقائق والتحليل والتأويل والفهم الجيد. وبينما يعى هاملتون وكريمسكى عمل النقاد والمنظرين وعيًا جيداً، فهما يتعاملان مع الجوانب العملية ويضعان عالم الصحافة الحقيقى فى مركز الاهتمام. وهذا الكتاب نص ممتاز لطلاب الصحافة والاتصال والدراسات الإعلامية، كما أنه دليل مفيد لأى مواطن مهتم بفهم الصحيفة وطبيعة وسائل الإعلام الإخبارية المحيرة فى كثير من الأحيان.

إيفريت دينيس

المدير العام

مركز المنتدى الحر للدراسات الإعلامية بجامعة كولومبيا

مقـدمة

لماذا هذا الكتـاب؟

تحدث اللورد بيفربروك ، وهو أحد بارونات الصحافة المشهورين فى بريطانيا ، حديثًا صحيحًا عن «فن الصحافة الأسود» . فقد وضع الناشرون والمحررون والمخبرون على أكتافهم عباءة الخدمة العامة السامية . وهم يعتبرون أنفسهم فرعًا افتراضيًا من الحكم الديموقراطى المفتوح ، وهو السلطة الرابعة . ومع ذلك تظل الأعمال الداخلية الخاصة بالصحيفة اليومية غامضة بالنسبة لمعظم القراء ، بل وذات أثر ضار عليهم كذلك .

ونحن من بين الصحفيين الكثيرين الذين يعتبرون العمل الصحفى مهنة سامية . كما أننا نعتقد أن الصحيفة هى أفضل وسيلة لتوصيل المعلومة للجمهور بشكل يومى . غير أننا لا نظن أن فن الصحافة الأسود ينتج ذهبًا من بين نفاية الأحداث اليومية ، وإنما نؤمن بشدة أن الجمهور لابد أن يكون بمقدوره تقييم الأخبار وعيوبها ، إذا كان من الواجب أن تعمل صحافتنا وحكمتنا بطريقة صحيحة ؛ وهذا هو الغرض من هذا الكتاب .

إن الصحفيين يساهمون فى الجهل العام بشأن نقل الأخبار . ولا بد أنهم فى أثناء تناولهم لبضعة كئوس فى بار محلى يُشَرِّحون صالة الأخبار وينتقدون عيوبها . ولكن ما إن يجلس شخص من خارج الحظيرة على الطاولة حتى يلوذوا بالصمت ويتحولوا إلى مدافعين وكأنهم أشد السياسيين قسوة . وتتجاهل الصحف اليومية صناعتها إلى حد كبير فى صفحات الأخبار . وعندما تغطيها ، نادراً ما تغوص فى العمق لسبره . ومع وجود الشعارات التى على صفحاتها الأولى ، مثل «كل الأخبار

التى تصلح للطبع» («نيويورك تايمز» New York Times) و«أعظم صحيفة فى العالم» (شيكاغو تريبيون Chicago Tribune)، فهى تعلن عن نفسها بنفس طريقة المدح المبالغ فيه من جانب بائعى الأدوية المرخص ببيعها قديمًا.

وليس حال كلياتنا أفضل من ذلك. فهى تبذل جهداً لإبراز الطرق التى تعمل بها الصحيفة اليومية يزيد عما تقوم به لتفسير الطريقة التى يعمل بها البيت الأبيض أو المدرسة الداخلية المحلية. وتشير دراسة قام بها مركز منتدى الحرية للدراسات الإعلامية إلى أن «معظم طلاب الكليات الأمريكيين يحظون فى كتبهم الدراسية الخاصة بالدراسات العامة الأساسية بنظرة رسمية إلى وسائل الإعلام أو لا ينظرون إليها بالمرة». وبينما قد لا يفكر أحد فى السماح للمواطنين بقيادة السيارات بدون القليل من التوجيه والإرشاد، فإن الافتراض الشائع هو أن أى إنسان يمكنه قراءة الصحيفة، دون أن يفهم القواعد والأنظمة التى تشكل محتوياتها.

ومراراً وتكراراً ردد مراقبو وسائل الإعلام الأذكياء ملاحظات ليويس ألن التى قالها منذ ثلاثة أرباع قرن فى «أطلانتك منثلى» Atlantic Monthly : «أود أن أرى محاضرات عن (كيف تقرأ الصحيفة) تلقى فى الكليات والمدارس وغيرها. . . . فكما أن بإمكاننا تقدير حجم المصداقية النسبية التى ينبغى إعطاؤها للتقارير المتضاربة، والحكم لأنفسنا على مصداقية مصادر الأخبار، فإننا نقترب من رؤية تلك الصورة الصادقة عن العالم المحيط بنا الذى يجب أن نراه إن قمنا بدورنا فيه بذكاء وباستقلالية».

ومع الفشل فى الارتقاء إلى مستوى تحدى ألن، يفقد الصحفيون مصداقيتهم، ويتم إغراء القراء بأن يكونوا غير قراء، ويقوض الحكم الديموقراطى. ولم يكن الصحفيون هم المقصودون فى المقام الأول بحماية الدستور الأمريكى للصحافة الحرة، بل القراء. فلكى يقوم القراء بدورهم فى المجتمع الديموقراطى، لابد أن يكونوا مطلعين على الأفكار والمعلومات. وقد أعطى الصحفيون لأنفسهم دور العوامل المهمة فى هذه العملية؛ لكونهم مهرة فى العثور على الحقائق وتقديمها للجمهور. غير أن هذه المهارة لن تحقق شيئًا إذا لم يعرف المواطنون كيف يؤولون ما يجدونه فى صحفهم.

وفى إحدى الدراسات الجيدة عن نقل الأخبار وعنوانها «قراءة الأخبار»، تشير كارلين رومانو إلى أهمية أن يكون القراء إيجابيين وليسوا سلبيين: «ذلك أن ما تغطيه الصحافة أقل أهمية فى نهاية الأمر من الكيفية التى يقرأ بها الجمهور. ولا تقتضى القراءة الفعالة للأخبار مفتاحًا وحسب ـ هو حجر رشيد الذى يمكّنه من حل شفرة العبارات (الكليشيهات) الشائعة ـ بل هى بحاجة إلى فاعلية ونظام، كما أنها تتطلب قدرة براجماتية جادة على الاستقصاء فيما يتعلق بكل من المعلومات والفروق الدقيقة، تنبه القارئ حين تكون هناك حاجة إلى مفتاح جديد».

وهذا الكتاب يتناول هذه الحاجة، ولا ينبغى الخلط بينه وبين كتب «كيف تصبح . . .» التى إما أنها «تبيع» أناسًا على صفحات جرائدهم أو تعرض أسس نقل الأخبار وحسب. وسوف يتعلم من يرغبون فى أن يكونوا صحفيين شيئًا عن آليات المهنة. وسوف يتعلم المشتركون فى الصحف شيئًا عن كيفية الاستفادة من صحفهم، وحتى توصيل رسالة مطبوعة إلى المحرر. ولكن الغرض الأول من كتابنا هذا هو مساعدة الناس على التفكير بشأن صحيفتهم وما فيها. إنه موجه إلى هؤلاء الذين يريدون فهم الأخبار.

لقد أنتج الصحفيون أكوامًا من أدب ترويجى، ينطوى على الإشادة بالذات ويخالف معاييرهم الخاصة بالفحص الدءوب والدقيق، وهذا لا يروق لنا. فقد طرحنا وجهات نظر بشأن ما تعانى منه الصحافة، وكذلك ما يتعلق بما يمكنها أن تقوم به خير قيام. ولا يمكن لأحد أن يفهم الصحيفة اليومية دون تقييم ما يلازمها من القيود الخاصة بتقديم المعلومات فى مواعيد نهائية صارمة وبأحجام الموضوعات الصغيرة التى يقتضيها قطع محدود للصحيفة. ولا يمكن للقراء كذلك أن يفهموا الصحيفة دون أن يضعوا فى اعتبارهم اصطناعية الصيغ الخاصة بنقل الأخبار، بما فى ذلك التوازن وغيره من التقاليد المتبعة لإعطاء إحساس بالموضوعية. ولم يكن فى مقدور الصحف الاقتراب من إبلاغ القراء بكل ما يجب أن يعرفوه، حتى ولو لم تكن المساحة غير مقيدة ولم يرتكب المخبرون أخطاء غبية، لم يضاعفها كاتب أخرق للعناوين الرئيسية، أو محرر أهوج فى الديسك. ورغم شعار «نيويورك تايمز» فإن «كل المخبرين فى العالم الذين يعملون كل ساعات اليوم لا يمكنهم مشاهدة كل أحداث العالم»، كما أشار والتر ليبمان ذات مرة.

وكما هو حال الصحيفة اليومية ، فإن هذا الكتاب الصغير ليس منزهًا عن النقص . فهو شديد القصر ، والصحف غاية فى التعقيد .

والصحف تتسم بالنبالة والغوغائية فى آن واحد . وقد جاء أحد أفضل التصريحات الخاصة بغايات الصحافة السامية من لجنة حرية الصحافة الشهيرة فى الأربعينيات . وقد حددت اللجنة خمس خدمات عامة تقدمها وسائل الإعلام : (١) رواية دقيقة وشاملة لأخبار اليوم فى السياق الذى يعطى معناها . (٢) منتدى لتبادل التعليق والنقد . (٣) صورة تمثيلية للجماعات التى يتكون منها المجتمع . (٤) تقديم وتوضيح لأهداف المجتمع وقيمه . (٥) توزيع واسع للأخبار . إلا أن التعايش مع هذا الإحساس العميق بالخدمة العامة دور آخر . فالصحف أعمال تجارية ، وهى تحقق الأرباح المالية لأصحابها ومخصصة لبيع المنتجات للمعلنين . وعليه فإن مقدار المساحة المتاحة للأخبار فى كل يوم يحددها عدد الإعلانات ، وليس العكس . وفى المساحة التى يمكن أن تستخدمها الصحيفة لتقديم الأخبار نجدها تقدم لقرائها وجبة يومية من الحظ والكاريكاتير والنصائح والمحرومين من الحب والصور الجميلة وغيرها من التسالى الخفيفة .

وفى ظل الحرية التى يعمل بها ما يزيد على ١٥٥٠ صحيفة يومية و٧٤٠٠ أسبوعية غيرها فى البلاد ، تبدو هذه الصحف متشابهة تشابهًا كبيرًا فى محتواها وقطعها ومقاربتها لنقل الأخبار . ومع ذلك فإن للصحف المفردة شخصياتها . وبعضها يخاطب جمهورًا قوميًا ؛ بينما البعض الآخر شديد المحلية . ولا تستخدم صحيفة «وول ستريت جورنال» أية صور على صفحات الأخبار ، بل رسومات باليد ؛ أما «يو إس إيه توداى USA Today » فتكافح من أجل إدخال الصور والكثير من الألوان لجذب القراء . والصحافة كما يتم تعليمها فى الجامعات تدعو إلى التأكد بشدة من الحقائق ، إلا أن بعض الصحف الشعبية (التابلويد) تنقل بفرح وابتهاج أخبار الرحلات إلى المريخ والأطفال ذوى الرأسين . وبعض الصحف مصرة على تحقيق المكاسب المادية التى تستثمر القليل منها فى إنتاجها التحريرى ، بينما ينفق البعض الآخر مبالغ كبيرة من المال فى التنقيب عن الأخبار السيئة الخاصة بمعلنيها .

غير أن التقاليد تتغير. فالمحررون والناشرون، قلقًا منهم على مستقبل أعمالهم، يجربون التكنيكات الجديدة لاجتذاب القراء، بما فى ذلك القصص القصيرة والمزيد من «أخبار تفيدك». وهم يقدمون الأخبار كذلك بطرق جديدة. ففى سنة ١٩٩٤ باعت أكثر من ٦٠٠ صحيفة يومية خدمات صوتية بها معلومات جارية عن الطقس والرياضة وغيرها من الموضوعات الإخبارية، وأتاحت أكثر من ١٤٠ صحيفة يومية الوصول إلى قواعد معلومات خاصة بها على شبكة الكمبيوتر.

ونحن نعتقد أن الصحيفة المطبوعة سوف تستمر فى الوجود، حتى فى الوقت الذى تقدم فيه التكنولوجيات الجديدة «الصحف» اليومية على شبكات الكمبيوتر. كما نعتقد أن زمن التحول هذا يجعل من الأهمية بمكان فهم عملية الأخبار الأساسية، أى ما يصلح وما لا يصلح. ولهذا السبب فإن هذا الكتاب أكثر من مجرد مناقشة للصحف؛ إنه مناقشة للأخبار.

وبتقديم هذا الكتاب لمنظور عريض، فهو يستمد مادته فى بعض الأحيان من بيانات صناعة الصحف، وأحيانًا أخرى من الحكايات. وبينما تأتى أمثلة تجديد الإخراج والإدارة فى كثير من الأحيان من صحف صغيرة، فإن الكثير من أمثلة التغطية الإخبارية تأتى من الصحف الكبيرة. ومع أن أعدادًا ضخمة من الناس يقرءون صحفًا محلية صغيرة، فإن الصحف القومية والعالمية تضع معايير الصناعة بالنسبة لنقل الأخبار الجادة، وتوحى عيوبها بأن هناك عيوبًا عامة.

ويعيدنا هذا إلى الهدف الأساسى من هذا الكتاب. فقد أشار ناقد الصحافة جيمس بويلان إلى أن «الصحفيين يسعون طوال ١٥٠ سنة إلى النجاح والسلطة والاحترام، بنفس هذا الترتيب فى العادة. وقد رد المجتمع على ذلك بعدم الارتياح والعداء من حين لآخر». ونحن لا نعتبر هذا التوتر بين الجمهور والصحافة ضارًا، شريطة أن يقوم على فهم جيد لما يمكن أن يقوم به الصحفيون وما لا يمكنهم القيام به. وأفضل مراقب للصحفيين هو الجمهور حسن الاطلاع، والقادر على التمييز بين الأمور.

* * *

الفصـــل الأول

حرفـــة الصحافـــة

لماذا تقوم الصحافة بمهمة كريهة لتغطية موضوعات تعرف الكثير عنها ؟

يدخل الناس مقهى «لويز كافيه» لتناول فنجان قهوة وهم فى طريقهم للعمل . ويفتح معظمهم صحفهم . إنهم يبحثون عن قصص خبرية خاصة بعملهم أو عن مواد تتصل بحياتهم، مثل النقاش الدائر فى المجلس التشريعى عن ضريبة الدخل التى تفرضها الولاية . وهذه هى الموضوعات التى يقرءونها عن كثب . كما أنهم يقرءون مقالات أخرى تشد أبصارهم . فمندوب إحدى شركات التأمين يتطلع إلى قصة عن الزيادة فى أسعار الفائدة فى البنوك؛ ويقرأ أحد المصرفيين عن الارتفاع الشديد فى تكاليف المعدات الخاصة بالتشخيص الطبى . وهم بهذه القصص الخبرية يلمون بالنقاط الأساسية، غير أنهم غالبًا ما لا يسبرون غورها بالقدر الكافى من التركيز .

وبعد قيامهم بدورهم الروتينى اليومى هذا، يتجاذبون أطراف الحديث فيما بينهم . وهم حتما يشكون فى القصص التى يعرفون أغلب جوانبها، بينما يبدون قبولاً أكثر لكثير من الأخبار الخاصة بالموضوعات التى ليسوا خبراء فيها . فمندوب التأمين لا تعجبه القصة الخاصة بالتكنولوجيا الطبية؛ لقد «قشدت السطح» الخاص بتضمينات التأمين الصحى . ولا يعجب المصرفى مقال هذا الصباح عن أسعار الفائدة ؛ لأنه «شديد السطحية» .

وماذا عن محرر الصحيفة الموجود ضمن المجموعة كذلك؟ ربما يخوض هو الآخر فى بعض الأيام فى الحوار ويبرر عيوب الصحيفة . أما اليوم فهو مستمع

وحسب. وهو على أية حال يعتقد بينه وبين نفسه أن المتخصص فى أعمال الصحف هو وحده الذى يفهم أن الصحيفة لن تقوم بوظيفتها إذا كتبت لمتخصصين. فالصحيفة من أجل غير المتخصصين.

والصحيفة اليومية، شأنها شأن شبكة التلفزيون والمجلات وغيرها من وسائل الإعلام ذات الاهتمامات العامة، تستهدف كل رجل وكل امرأة بنفس الطريقة التى تكون بها الجوارب المطاطة «مقاسًا واحدًا يصلح للجميع». وهؤلاء القراء العاديون يؤدون الكثير من الواجبات. ففى كل يوم يسرعون لتوصيل الأطفال إلى الحضانة، وإصلاح السيارة، وشراء البقالة، وعمل العشاء. ومع ذلك يقومون بيوم عمل كامل. وآخر ما يريدونه فى الصحيفة اليومية هو القصص الخبرية التى لا يمكنهم فهمها بسهولة. ولكى يقدم الصحفيون فى أية صحيفة قدرًا كبيرًا من المعلومات يمكن استهلاكه فى فترة زمنية محدودة، فإنهم يبسطون الأخبار. ذلك أنهم يتركون التفاصيل والتغطية الشاملة والتعقيد للمطبوعات المتخصصة.

تخيل على سبيل المثال، أن موسى جاء من طور سيناء بالوصايا العشر. فلابد للمخبر الصحفى الذى يلقاه عند سفح الجبل أن يكتب قصة خلال ساعة، ويقول المحررون إنها لابد ألا تزيد على ثمانمائة كلمة. وإحدى الزوايا الواضحة هى أن تكون «مقدمة» القصة الخبرية واحدة من أكثر الوصايا الجديرة بأن تكون خبرًا، أى تلك الوصية التى تبدو متصلة اتصالاً وثيقًا باللحظة الراهنة. والزاوية الأخرى هى التقليل من أهمية الوصايا وإبراز القضايا المحيطة بها، كأن يكون هذا التدخل من الرب قد أتى فى وقت يحتاج فيه بنو إسرائيل الذين يطاردهم المصريون فى الصحراء إلى كل العون الذى يمكنهم الحصول عليه. وأى من هاتين المقدمتين لابد أن تسقط الكثير. وهى بالتأكيد لن ترضى علماء اللاهوت.

ونموذج الضغط الواقعى كان هو نفسه خبرًا سنة ١٩٧٥. فقد ألقى أسقف كاثوليكى وعظًا من ١٥٠٠ كلمة عن خمسة من حقوق الإنسان نص عليها مجمع الأساقفة فى روما، وكان من بين الحاضرين الرئيس فورد وزوجته. وبسبب نسق المخاطبة الخاطىء، ظن أحد مراسلى خدمة سلكية خطأ أن الأسقف ناشد الرئيس «معارضة الإجهاض». فمع أن الأسقف خصص بضع كلمات وحسب للموضوع،

وكان الإجهاض حينذاك، كما هو الآن، موضوعًا شائكًا، وفى ظل التعليق المفترض الموجه للرئيس، وهو ما يستحق فى حد ذاته أن يكون خبراً، اعتبر المخبر الصحفى أن هذا الجزء من الحديث الأكثر أهمية. واشتكى أحد نقاد الصحافة بعد ذلك من أن المخبر كان ينبغى عليه أن يركز على الإشارة القصيرة إلى الإجهاض. إلا أن التركيز على جزء صغير من أى حدث ما أمر يقع دائما. واستحق هذا المثال الذكر؛ لأن المخبر فهم الحقائق فهمًا خاطئًا وحسب.

والطريقة التى يتم بها معالجة الأحداث التى على قدر كبير من الفنية هى أن يقال للناس إنها وقعت ثم تُشرح التفاصيل شرحًا إجماليًا. وهذا قد يثير أعصاب بعض القراء، غير أن التفاصيل فى بعض الأحيان لا تترجم بسهولة إلى قصة خبرية. ولنأخذ على سبيل المثال تقرير «نيويورك تايمز» New York Times عن آخر نظريات فيرما. فقرب انتهاء أجل عالم الرياضيات بيير دى فيرما الذى عاش فى القرن السابع عشر، أشار فى هامش أحد الكتب أنه وجد حلاً لهذه النظرية: «المعادلة $س^{ن} + ص^{ن} = ع^{ن}$ ، حيث إن ن عدد صحيح أكبر من ٢، ليس لها حل فى الأعداد الصحيحة الموجبة» إلا أنه لم يوضح الأعداد الصحيحة قط، وبذل علماء الرياضة طوال ٣٥٠ سنة جهداً شاقًا بشأن هذه المعادلة. وفى سنة ١٩٩٣، توصل أستاذ بريطانى فى جامعة برينستون إلى الحل. وغطت صحيفة «تايمز» Times الحدث تغطية جيدة فى الصفحة الأولى، ولم تقدم الـ٣٧٥ كلمة الأولى من المقال أية تفاصيل بشأن المسألة ذاتها، ناهيك عن الحل. فقد ركز بدلاً من ذلك على العامل البشرى، وهو ابتهاج الرياضيين المحترفين بالاكتشاف. وعندما خاضت القصة فى تفاصيل النظرية نفسها، اصطدم القارئ بحائط من اللغة الفنية:

لابد أن نظرية فيرمات تتعلق بالمعادلات من الشكل $س^{ن} + ص^{ن} = ع^{ن}$ والحالة التى فيها ن تساوى ٢ مألوفة كنظرية فيثاغورث التى تقول إن المربعين المرسومين على ضلعى المثلث قائم الزاوية يساويان المربع المرسوم على الضلع المقابل للزاوية القائمة، وتكون هذه المعادلة $٣^{٢} + ٤^{٢} = ٥^{٢}$، حيث إن ٩ +١٦= ٢٥.

وتقول نظرية فيرمات الأخيرة إنه ليست هناك حلول لمثل هذه المعادلات عندما تكون « ن »عدداً صحيحًا أكبر من ٢، ويعنى هذا على سبيل المثال أنه من

المستحيل إيجاد أى عدد صحيح س وص وع كهذا س^{٣} + ص^{٣} = ع^{٣} وبذلك تكون ٣^{٣} + ٤^{٣} = (٢٧+٦٤) = ٩١ ، وهو ليس مكعب أى عدد صحيح .

ورغم كل هذه التفاصيل، لم تكن القصة الخبرية قد شرحت الحل الذى تم التوصل إليه، ولم تكن هى ما يهم معظم القراء . (هؤلاء الذين يهمهم ـ وهم المتخصصون فى الرياضيات ـ كانوا قد قرءوا عنه على شبكة الإنترنت باللغة الخاصة التى يفهمونها) لقد كان ذلك الاكتشاف الرياضى خبراً كبيراً، غير أن بعض الأخبار لا تناسب قطع الصحف القياسى .

وحيث إن الصحفيين حريصون على ضغط الأخبار لتصبح مادة طيعة، فإن أحد أشكال التبسيط يلتهم المساحة فى واقع الأمر . فغالبًا ما يكرر الصحفيون أنفسهم؛ ذلك أنهم يفترضون أن القراء ليست لديهم الخلفية المناسبة وأنه لابد من تذكيرهم بالسياق . وعليه فإنه حتى عندما يقتبس صحفى كلام سيناتور مشهور، فلا يجب أن يفترض أن القارئ يتذكر ولاية عضو المجلس التشريعى هذا أو حزبه . وبذلك يصبح السيناتور تد كنيدى السيناتور إدوارد م . كنيدى (الحزب الديموقراطى– ماساتشوستس) . وفى حالة القصص المعقدة التى تطرأ عليها تطورات كل يوم، لابد أن يقدم المخبر الصحفى معلومات قياسية فى كل يوم . ففى حرب رواندا الدامية سنة ١٩٩٤ ، كانت التقارير الصحفية تضم فقرات قياسية مثل : «ونشب القتال الجديد بعد وفاة رئيس رواندا من الهوتو، الذى كان قد وقع اتفاقية سلام مع المتمردين، فى حادث طائرة لم تعرف أسبابه فى السادس من إبريل» ويتكرر الموقف نفسه فى القصص الخبرية المحلية . ففى مكاتب وكالة أنباء «أسوشيتد برس» Associated Press يحتفظ المخبرون الصحفيون بقاعدة معلومات من «فقرات المكسرات» nut graphs كى يحشون بها القصص الخبرية المتصلة . (وهى بالإضافة إلى أشياء أخرى توفر على المخبرين الصحفيين عناء البحث عن الخلفية، أو الاعتماد على ذاكرتهم تحت ضغط الموعد النهائى، وهو الأدهى والأمر) .

ولتعويض هذا التكرار، يستخدم الصحفيون أوصافًا اختزالية توفر المساحة وتنقل المعنى . وقد يشير أحد المخبرين الصحفيين إلى أن السيناتور الفلانى

«ليبرالى» أو «مستقل». وقد بات من باب الدعابة أن جعل الصحفيون «القوى» اسمًا أول افتراضيًا للنائب السابق ويلبور ميلز رئيس لجنة الأساليب والوسائل بمجلس النواب.

ومثل هذا الاختزال يتحاشى الخلفية الملتوية الطويلة التى تجعل القصة بطيئة وتضيع القراء. غير أن على القراء كذلك أن يكونوا حذرين من الاختزال. فإذا كان أحد القتلة سبقت له الخدمة فى سلاح مشاة البحرية فغالبًا ما يلفت الصحفيون الانتباه إلى كونه «جنديًا سابقًا فى مشاة البحرية». ونادراً ما يبرز الصحفيون الخلفية العسكرية لأى قاتل خدم فى خفر السواحل. وما يوحى به ذلك هو أن مشاة البحرية على وجه التحديد قتلة بالفطرة. وبالمثل لخص الصحفيون مشاكل الرئيس نيكسون على أنها «ووترجيت»، إشارة إلى المبنى الذى حاول الموالون للحزب الجمهورى الاستيلاء منه على وثائق خاصة بالحزب الجمهورى. وربما لا يكون الاختزال أمراً سيئًا، ولكن المخبرين الصحفيين سرعان ما يندفعون إلى استعمال كلمات من قبيل «كوريا جيت» و«إيران جيت» و«كونترا جيت» و«بيلى جيت» و«لانس جيت» و«نانى جيت» وغيرها من الكلمات التى آخرها «جيت»، وتتلاشى تفاصيلها فى الذاكرة لأنها مصطنعة.

وتعامل الكتابة الصحفية باحتقار لأنها «تلكز، وتغمز وتلمز، وتستخدم كلمات قصيرة» فى محاولة منها لجعل المعلومات سهلة الهضم. وهذا الشرط من شروط وسائل الإعلام دفع الروائية الإنجليزية إيفلين هاو إلى تعريف «الخبر» بأنه «ما يريد الشخص الذى لا يهتم كثيراً بأى شىء أن يقرأه». وإن صح هذا، فإن مائة وخمسة عشر مليونا أمريكيا حين يقرءون صحيفة يومية سيغضبون من القصص الخبرية التى هم خبراء فيما تتناوله. غير أن الصحيفة لا تكتب من أجل الخبراء ؛ إذ لابد أن يحصلوا على المعلومات المتخصصة من مكان آخر. فالصحيفة من الناحية المثالية تساعدهم على أن يكونوا على علم بموضوعات أخرى. وبدون وسائل الإعلام كان الخبراء الموجودون فى مقهى «لويز كافيه» سيعرفون الكثير عن مجالات تخصصهم والقليل عن مجالات غيرهم.

كلام جانبى: الدقة، الدقة، الدقة

«الدقة، الدقة، الدقة». كل كتاب دراسى عن الصحافة يهون من أهمية العبارة التى وضعها جوزيف بوليتزر فى «نيويورك ورلد New York World» ويقول أحد النصوص القياسية: «كل المعلومات يجرى التحقق منها قبل استخدامها».

ويعنى هذا من الناحية العملية قدراً كبيراً من التركيز عند جعل الأشياء الصغيرة تأخذ شكلها الصحيح. «أرجوك أن تتهجى ذلك الاسم يا سيدتى. هل هو «س م ى ث» أم «س ى م ى ث»؟ وأرجوك كذلك أن تؤكدى ذلك العنوان.» ولكن حتى هذه الحقائق من الصعب أن تكون نهائية. فعند جمع المعلومات على عجل، قد يخطئ أكثر المخبرين الصحفيين اجتهاداً فى رقم فى عنوان ما. وربما يقع المحرر فى خطأ ما بطريق السهو، ويزداد احتمال الخطأ فى القصص المركبة التى تعتمد الدقة فيها على الانتقاء من بين الحقائق الكثيرة وتقديم الفروق الطفيفة.

والقراء مجهزون تجهيزاً جيداً للحكم على دقة القصص التى لديهم أكبر قدر من المعرفة والخبرة عنها. ويقول مارتن ماير إن هذا هو السبب فى أن الدراسات عادة ما تشير إلى أن القراء «يشكون فى دقة نقل الأخبار المحلية، ويعتبرون أن الأخبار القومية ليست دقيقة بما يكفى، ويصدقون الأخبار الدولية بدون تحفظ».

لماذا لا يصدق الصحفيون أمهاتهم؟

«إذا قالت لك أمك إنها تحبك، عليك بالتأكد من صحة قولها» وكأية مقولة صحفية، يعد هذا القول القديم، الذى لا ينم عن الاحترام، القوة الدافعة للمهنة. عليك بالتعامل مع الحقائق وليس المشاعر. لا تصدق كل شىء. ابحث عن الدليل بلا عواطف.

وتعتمد وسائل الإعلام الأمريكية على الحقائق بما يزيد على اعتماد أى نظام صحفى فيما سواها من دول. فهى تكد من أجل المعلومات التى يمكن التحقق من صحتها، سواء أكانت نقلاً عن دفتر أحوال قسم الشرطة أم تفريغ أحد المؤتمرات الصحفية. ومن الناحية النظرية، فإن المخبرين الصحفيين المكلفين بتغطية إحدى القصص لا ينطلقون بحثاً عن الحقائق لدعم اقتناع لديهم بالفعل. وهم قد يسايرون

إحدى الفرضيات، ولكن لابد أن يختبروها ويعيدوا مطابقتها على الأدلة . وأعلنت الجمعية الأمريكية لمحررى الصحف فى سنة ١٩٢٣ ضمن «قوانين الصحافة» الخاصة بها أن «التقارير الإخبارية ينبغى أن تكون خالية من الرأى أو التحيز من أى نوع كان» .

وكان هارفى شواندر رئيس قسم الأخبار المحلية لفترة طويلة فى «ميلووكى جورنال» Milwaukee Journal نموذجًا لعقلية الحقائق أولاً فى الصحافة . ففى يوم من الأيام تلقى مخبر صحفى صغير موهوب يعمل على مقربة من شواندر قصة حادث سيارة أبلغها مخبر فى الميدان . سلم المخبر الشاب أول صفحة للمحرر القاسى، وكان قد كتب عليها موقع القصة على أنه فون دى لاك .

قال شواندر : «كنت أظن أن هذا الحادث وقع فى أوشكوش» .

فكان رد المحرر هو : «أوشكوش أو فون دى لاك، ما الفرق فى ذلك؟ »

وحينذاك هب شواندر الذى احمر وجهه واقفًا ودفع الشاب ناحية باب المصعد . ولم يره أحد فى صالة الأخبار مرة أخرى .

وعند البحث عن الحقائق والأدلة، يتخيل الصحفيون أنفسهم فى بعض الأحيان علماء . والواقع أنهم ينظرون إلى العلوم والأساليب العلمية الحديثة ليستلهموا منها . وفى العشرينيات طرح والتر ليبمان هذا السؤال : «هل توقفت يومًا كى تفكر فيما يعنيه أن يكتسب رجل ما الروح العلمية؟» وأجاب هو بقوله : «إن معنى ذلك أنه مستعد لأن يدع الأمور تسير سيرتها، سواء أرادها أن تسير بتلك الطريقة أم لا . وهو يعنى كذلك أنه تغلب على رغبته فى أن يجعل العالم يسوغ له أحكامه المسبقة» .

وتتصل قواعد الصحافة الأساسية فى الوقت الراهن بالحقائق . إلا أن نقل الأخبار القائم على الحقائق ليس سمة أساسية من سمات الصحافة . فقد نشأ شيئًا فشيئًا . وكان ظهور العلوم الحديثة أحد عوامل ذلك، كما ذكر آنفًا . وكان البزنس عاملاً آخر . حيث رأى الناشرون أن الدخول فى سوق وسائل الإعلام يعتمد على تقديم الأخبار المحايدة . وبدلاً من تقديم تقارير إخبارية تميل ناحية التوقعات

التجارية والسياسية الخاصة بمجموعة محدودة من القراء، قدمت صحف سوق وسائل الإعلام شيئًا يمكن أن يستفيد منه كل قارئ: وهو الحقائق.

وواقع الأمر أن الصحفيين لا يمكن أن يكونوا علماء بحق. وليس منتظراً من العلماء أن ينتجوا اكتشافات جديدة بشكل يومى فى بيئات لا يحكمها ضابط وعن موضوعات ليسوا خبراء فيها. ولكن هذا هو ما يفعله الصحفيون. فهم مرتبطون بمواعيد نهائية صارمة يلتزمون بها فى ظروف تتسم بالفوضى. وفى الوقت الذى لا يتجرأ فيه عالم البيولوجيا على معالجة مشكلة تتعلق بالفيزياء، فلا يفترض أن يرهب الصحفيين أى نقص فى الخبرة فى مجال من المجالات. فميزة كبيرة أن تكون هاويًا.(١)

ويعترف الصحفيون كذلك بأن الحقائق المجردة وحدها لا تكفى. ولنفكر فى ذلك السباق على منصب حاكم الولاية الذى يقول فيه جونز إن خطته سوف تقلل ضرائب الدخل بمقدار مائتى دولار للفرد. ماذا يحدث لو أن جونز لفق هذا الرقم وحسب، وأن خطته سوف تزيد الضرائب؟ أية حقيقة ينقلها الصحفى إن هو نقل ما قاله جونز على وجه الدقة؟ لابد أن يتخذ الصحفيون قراراً بشأن الحقائق. ففى إحدى القصص المشهورة تلقى مخبر صحفى خبراً معداً من سفير أمريكى. قال الصحفى: «هذا كذب صراح وأرفض إرساله إلى صحيفتى».

وقال الفيلسوف جون ديوى: «إن الحقائق لا تضع مدلولاتها على أكمامها». ولكن ما إن يبدأ الصحفيون مناقشة تلك المدلولات حتى يفتحوا الباب للذاتية الخطرة. وكما أشار إلمر ديفيز، وهو واحد من صحفيى هذا القرن العظام، فإنه:

---

(١) فى السنوات الأخيرة كانت الصحف أكثر انفتاحًا لاستئجار الخبراء. ومن المحتمل أن الصحف الكبرى لديها مخبر صحفى حاصل على شهادة فى القانون لتغطية المحكمة العليا أو مراسلين أجانب يمكنهم التحدث بلغة البلاد التى يغطونها. (وفى الحالة الأخيرة، غالبًا ما ترسلهم الصحيفة إلى المدرسة قبل أن تبعث بهم للخارج). ولكن الصحف التى جربت الخبراء كثيراً ما خاب ظنها، كما هو الحال بالنسبة لصحيفة «وول ستريت جورنال» منذ عدة سنوات. فقد وظفت الصحيفة مجموعة من الصحفيين كانوا يعملون فى مطبوعات متخصصة، ظنًا منها أنهم سوف يثرون تغطية تلك الموضوعات فى «وول ستريت جورنال». غير أنه اتضح أن المتخصصين لا يمكنهم تكييف أنفسهم مع شرط هذه الصحيفة الخاص بالكتابة للجمهور العام.

لابد أن تسير الصحيفة الجيدة ومحطة إذاعة الأخبار الجيدة على الحبل بين خليجين كبيرين ـ على أحد الجانبين، الموضوعية الزائفة التى تأخذ كل شىء بالقيمة الاسمية وتدع الدجال الأكثر جرأة يخدع الجمهور؛ وعلى الجانب الآخر نقل الأخبار «التأويلى» الذى لا يضع خطًا فاصلاً بين ما هو موضوعى وما هو ذاتى، أى بين الحقيقة ذات الأسس المنطقية وما يتمنى المخبر أو المحرر أن يكون هو الحقيقة. وهذا أمر قوله يسير وفعله عسير.

ومثلما يحمل لاعبو السيرك عمودًا من الخشب يحفظون به توازنهم فى أثناء سيرهم على الحبل، فلدى الصحفيين الأدوات التى تعينهم على الحفاظ على مسافة موضوعية بينهم وبين الأخبار. وقد يظن المخبرون الصحفيون أن أمهاتهم تحببنهم، غير أنهم لا يعلنون عن ذلك صراحة. فهم بدلاً من ذلك قد يقولون: «تحدث مخبر صحفى مع امرأة اليوم قالت إنها تحب ابنها».

وربما تبدو هذه الأمور بالنسبة لكثيرين من خارج المهنة حيلاً سخيفة، بل الأسوأ من ذلك هو ما أسماه أحد الباحثين «طقوسًا استراتيجية» لا علاقة لها بالموضوعية الحقة. إلا أن مثل هذه التقاليد المتبعة، رغم بساطتها، تضع قيمًا لكل من القراء والمخبرين الصحفيين أنفسهم. فهى تذكر كلاً من الطرفين بأن هدف الصحفى النهائى هو السعى للوصول إلى الأخبار غير المنحازة الدقيقة.

كلام جانبى: لماذا تحصل على جانبى قصة من ستة جوانب؟

«التوازن» أحد الطقوس الصحفية الأساسية. فالصحفيون لا ينقلون ما يزعم شخص ما أنه الحقيقة، مع كل ما قد يبدو على تلك الحقيقة من إلحاح. إنهم يجمعون آراء متنوعة. ولذلك فإنه حين يتصل الأمر بالإخبار عن حب أمهم، يقتبس الصحفيون وجهات نظر الآخرين الذين يتفقون على ذلك أو يختلفون. وبهذه الطريقة يكتسبون وضع المراقب غير المنحاز.

ويتناسب مفهوم التوازن تناسبًا جيدًا مع طبيعة النظام الديموقراطى الأمريكى الذى يقوم على المعارضة. ففى خلال الانتخابات يحصل كل مرشح على وقت متساو يعرض فيه مبررات ترشيحه. وكما يحدث فى المحكمة، يسمح للشخص

الذى يزعمون أنه خالف القوانين بأن يدفع عن نفسه هذا الاتهام. ولأسباب وجيهة تساوى لجنة الاتصالات الفيدرالية بين التوازن والنزاهة. ولكن كما أن نظامنا القضائى لا يحقق العدل دائمًا، فإن التوازن لا يعزز الحق فى كل الأوقات. أول كل شىء أن التوازن يمكن أن يكون جائرًا. هب جدلاً أن ناظر إحدى المدارس اتهمه أحد أولياء الأمور الحاقدين زورًا باستغلال الأطفال. ربما تتاح للناظر فرصة إنكار التهمة، غير أن مجرد نشر القصة الخبرية، بغض النظر عن توازنها، يزرع الشك فى أذهان الناس، الأمر لم يكن له وجود من قبل. وفى العالم والواقعى قد يكون جانب ما هو الصواب والآخر هو الخطأ. وإعطاء وزن متكافىء لكلا الجانبين قد يزيد من تشويش المسألة بدلاً من جلائها. إلا أن الصحافة تجد صعوبة فى ألا تورد جانبى القصة معا خشية أن تبدو منحازة، وربما خوفًا من الوقوع فى الخطأ.

الأمر الثانى هو أن القصص كثيرًا ما يكون لها أكثر من جانبين. إلا أن عوائق الزمن والمساحة تدفع الصحفيين إلى الحد من عدد وجهات النظر. والاتجاه هو البحث عن «خبراء متنازعين» يجعلون وجهات النظر على طرفى نقيض. وأوضح الباحث الإعلامى ميتشل ستيفنز أن الفكرة هى أن الصحفيين يربطون الرأى بنقيضه أملاً فى «أن هذه الوحوش سوف تبيد بعضها». والقتال الالتحامى بين الطيبين والأشرار يضيف بعضًا من الدراما الإنسانية، بينما يساهم فى خلق إحساس بأن الحقيقة يمكن اكتشافها. ويكسب طرف ويخسر الآخر. وتكون هذه هى نهاية الخلاف. إلا أن قضايا السياسة العامة لها الكثير من الفروق الطفيفة والكثير من الخبراء ذوى الرؤى المختلفة.

لماذا يكش الصحفيون عندما يطلب منهم العون ؟

للصحافة الأمريكية تراث تفخر به فى الجهاد لفضح الظلم وشن الحملات الصحفية لرفعه. غير أنها تفخر فخرًا عظيمًا بتراث آخر: وهو الاستقلال عن أية قضية أو مؤسسة غير نفسها. كيف يمكن للمرء أن يوفق بين هاتين الأجندتين اللتين تبدوان متناقضتين؟

حقيقة الأمر أنه ليس بينهما أى توافق؛ فالصحافة المجاهدة والصحافة النزيهة مهمتان منفصلتان للصحافة الأمريكية. ويحدث الجهاد عندما تتبنى صحيفة ما

إحدى القضايا، مثل معركة «نيويورك إيفننج بوست» The New York Evening Post ضد تمانى هول فى أواخر القرن التاسع عشر، أو سلسلة تحقيقات مونتجمرى «أطباء يراقبون أطباء» الفائزة بجائزة المعلنين فى تسعينيات القرن الحالى التى أظهرت أن «الأطباء الذين يشوهون المرضى، ويتحرشون بهم، وفى بعض الأحيان يقتلونهم، يسمح لهم بممارسة الطب فى ولاية ألاباما». ولكن مثل هذه الأسباب ليست معياراً. فغالبًا ما يشغل الصحافة اليومية هو نقل أخبار ما حدث اليوم.

ومشاعر الصحفيين تجاه هذا الموضوع معقدة، ويصعب كشف غموضها. فهم يحبون أن يشعروا بأنهم يقدمون العون للمجتمع ـ غير أنه عون من خلال النقل المتوازن للأخبار، وليس عن طريق مد يد المساعدة لمصلحة بعينها. وهذا هو أحد الأسباب وراء كونهم أكثر عرضة لتبنى قضية العناصر الأضعف فى المجتمع التى لا يمكنها حشد التأييد بصورة فعالة. ومن بين أبطال الصحافة الذين يذكرهم الناس جيداً لمساعدتهم للضعفاء هو المخبر الجوال فى «سكريبس هوارد» Scripps-Howard إبان الحرب العالمية الثانية إنرى بايل. فقد اشتكى بايل من فرامل اليد فى سيارات الجيب الخاصة بالجنود، وهو ما أدى إلى قيام الشركة المصنعة بعمل تصميم جديد. وهو الذى اقترح «أجر العمليات القتالية» الذى أقره الكونجرس. ولكن كما هو الحال فى كثير من الأحيان يكبت الصحفيون المشاعر الشخصية كبتًا تامًا، مثلما فعل مالكوم براون خلال حدثه الإخبارى الشهير فى سايجون إبان حرب فيتنام. فعندما احتج أحد الرهبان البوذيين على سياسة الحكومة بحرق نفسه حتى الموت، التقط براون صورا لهذا الحدث. وقال فيما بعد: «بصراحة، لم يخطر ببالى قط أن أتدخل». وكما يقول ويس جالاجر المدير العام السابق لوكالة أسوشيتد برس، فإن الصحفيين «ينقلون الأخبار ولا يصنعونها».

والسبب الآخر وراء ارتباك الصحفيين فى كثير من الأحيان عندما يطلب منهم مساعدة قضية ما أو إحدى الجماعات هو أنه بمرور سنوات الخبرة فى التعامل مع العناصر الهامشية فى مجتمعنا تكونت لديهم حاسة سادسة بخصوص التعرف على الدوافع غير البريئة والمصلحة الذاتية ـ أو هم على أقل تقدير يظنون ذلك. وحيث إن هناك كثيرين يلحون عليهم فى كل يوم، فإنهم يصبحون على قدر كبير من الشك، إن لم يكن التشاؤم.

وما تزال بعض الصحف تحتفظ بلوائح داخلية صارمة بشأن فصل الحقيقة المجردة فى أعمدة الأخبار عن الرأى والتأييد فى صفحات التعليق على الأخبار. ويقول لينارد دوانى محرر «واشنطن بوست» Washington Post إنه يحاول تحاشى قراءة التعليقات على الأخبار فى جريدته. فهو لا يريد أن يؤثر ذلك على المقاربة المنزهة عن الهوى للتغطية الإخبارية. وعقيدة النزاهة هذه عبر عنها منذ ما يقرب من قرن ناشر «نيويورك تايمز» أدولف س. أوكس، الذى قال إن هدفه هو «تقديم الأخبار بحياد، دون خوف أو محاباة، بغض النظر عن الحزب أو الطائفة أو المصلحة التى تتصل بها».

أما الصحفيون الأوربيون فيرون دورهم رؤية مختلفة ؛ إنهم يعتقدون أن من حقهم تضمين الرأى الشخصى وما يفضله الصحفى فى أعمدة الأخبار، كما أنهم لا يخجلون من استخدام النعوت المنطوية على أحكام مثل «مثير للضحك» أو «جدير بالثناء». ويقول الأوربيون إن الصحافة ليست مجرد تسجيل للأحداث، بل إنها دليل للسلوك العام وباعث على التفكير الجديد. وفى أمريكا اعتادت الصحافة اليومية بصورة كبيرة ترك القراء يكافحون بأنفسهم، عندما يتصل الأمر باستخلاص المحصلة النهائية من المعلومات.

وفى الوقت الراهن هناك من الدلائل ما يشير إلى أن الجانبين يقتربان من بعضهما فى التفكير. ففى عالم متعطش للمعلومات، نجد أن الأوربيين فى سبيلهم لرؤية قيمة المعلومات الموثوق بها غير الخادعة التى تقدم على وجه السرعة. وربما يكون الأمريكيون فى سبيلهم لرؤية قيمة المشاركة بالرأى.

وهناك مفهوم جديد ينشأ فى أنحاء البلاد وهو الصحافة العامة. وتجرى الصحف التجارب على التخلى عن دورها كمراقب ذراعه طويلة وتصبح أكثر مشاركة فى هموم المجتمع. ويقول جاى روزن معلم الصحافة العامة: «يريد الصحفيون العامون أن تسير الحياة العامة. ولكى يجعلوها تسير، فهم على استعداد لأن يعلنوا إنهاء حيادهم بشأن بعض القضايا». وهو يشير إلى أن صحف «ويتشيتا إيجل» Wichita Eagle و «شارلوت أوبزرفر» Charlotte Observer و«تالاهاسى ديموقراط» Tallahassee Democra قد غيرت شكل تغطيتها السياسية، كى تبرز هموم المواطنين وليس مناورات المرشحين أو مؤامرات المطلعين على بواطن

الأمور. وفى نورفولك بولاية فيرجينا، عينت صحيفتا «فيرجينان بايلوت» Virgin-ian-Pilot و«ليدجر ـ ستار» Ledger-Star «محرراً عامًا» ورعت مناقشات المجتمع بشأن الجريمة.

ولا يدعو مؤيدو الحركة إلى اتخاذ الصحف جانب أحد الأطراف فى القضايا التى عليها خلاف، بل إنهم يقترحون تعميق النقاش بإبراز الحلول الممكنة. ويقول الناقد الإعلامى مارتن شارم: «لست مضطرا لشن حملة صحفية لمصلحة أية خطة جديدة، لأنك إن فعلت ذلك سيكون هناك رابحون وخاسرون».

ومع ذلك يعتقد صحفيون كثيرون أن القضاء على الحياد وإتاحة الحكم على الأخبار للمراجعة العامة قد يجعل الصحيفة قائمة على أساس واه. ويعتبر الصحفى ريتشارد أرجود الحائز على جائزة بوليتزر أن الصحافة العامة هرطقة حيث يقول: «إننا نتخلى عن جزء من أعمالنا إذا كان ما نفعله هو أن نسأل الناس عما ينبغى أن نفعله». وهو ينتقد استخدام اللجان وجماعات البحث، قائلاً: «ربما ندخل كذلك فى تجارة المرايا».

وهناك سبب آخر وراء مقاومة المحررين التقليديين لدور المؤيد لرأى ما، وهو أنه يتيح الفرص والإغراءات لإساءة استغلال الحقيقة. فإذا كان يعمل لديك مخبر صحفى يرى الشر تحت كل سجادة أو يرعى قضية شخصية (بغض النظر عن مدى كونها «صالحة»)، فإن هذا المخبر الصحفى غالبًا ما يكون فى ذهنه استنتاجه عن القصة حتى قبل أن يبحث عن المعلومات. وإذا لم تصلح الحقائق، اخترع ما يصلح. ومازال معظم محررى الصحف فى أمريكا ينظرون إلى مثل هذا المخبر على أنه شخص بغيض.

ما السبب فى أن الصحافة مهنة (أو ليست مهنة)؟

يناقش المخبر الصحفى السياسى تضمينات استطلاع إحدى الحملات الانتخابية مع واضع استراتيجية المرشحين. ويتحدث المخبر الصحفى الاقتصادى عن شراء الحصص فى حفل كوكتيل لسماسرة البورصة. ويكتب مخبر العلوم والصحة فى صحيفة «نيوزداى» Newsday كتابًا مدهشًا عن انتشار الأمراض المعدية فى أنحاء العالم.

ورغم ضرورة أن يكتب المخبرون الصحفيون للجمهور العام، فغالبًا ما يكونون غارقين فى الموضوعات التى يكتبون عنها. بل إنهم يصبحون أندادًا اجتماعيًا وفكريًا لمن يغطون أخبارهم. ولكن هل يعنى هذا أن الصحفيين أكفاء كمحترفين؟

كان هذا السؤال موضع جدل فى صالات الأخبار وقاعات الدرس الأمريكية منذ أكثر من قرن. ففى مهن كثيرة يكون التقسيم إلى فئات واضحًا. فعمال خطوط تجميع السيارات يمارسون حرفًا، أما الأطباء والمحامون فيمارسون مهنًا. ولكن هذا التقسيم الفئوى لا يصلح للصحفيين.

ويقدم الدستور، الذى يستمد منه الصحفيون السبب فى وجودهم، قليلاً من العون فى تعريف مكانة الصحافة. وينص التعديل الأول على ما لا يمكن للحكومة أن تفعله: «الكونجرس لن يضع قانونًا . . . يحرم من حرية التعبير أو حرية الصحافة». وهو لا يذكر ما يمكن أن يفعله الصحفيون أو ما ينبغى أن يفعلوه. فقد كانت هذه عملية تحولية شكلتها الحاجات الاجتماعية، والتقدم التكنولوجى، والاعتبارات التجارية.

إن أحد ميادين القتال التى يدور حولها الجدل هو الأرض التى يتم تدريب الصحفيين عليها. ولم تجد مدارس الصحافة قط مكانًا مريحًا داخل حرم الكليات. وتتصارع كليات الصحافة على إبراز التفكير التحليلى والنظرية أو المهارات العملية كالتحرير. ويسخر الصحفيون الممارسون من أبحاث الصحافة باعتبارها مجردة وغير مناسبة، بينما يؤيد النسق العقلى العام فى الجامعات التحليل المتخصص. وعادة ما يصف معلمو الصحافة برامجهم بأنها مدارس مهنية. وعلى العكس من ذلك يشير أكاديميون آخرون إليها على أنها مدارس حرفية.

وكما يوحى الجدل الدائر فى الحرم الجامعى، ليس هناك جزء متميز أو متخصص من المعرفة يكون إتقانه شرطًا لممارسة الصحافة، ويعترف المحررون بذلك فى ممارسات التعيين التى يتبعونها. وطبقًا لاستطلاع أجرى سنة ١٩٩٢، فإن ٣٩ بالمائة فقط من إجمالى الصحفيين كانت مادة دراستهم الأكاديمية الأساسية فى أحد ميادين الاتصالات. بل إن ٢٠ بالمائة منهم لم يحصلوا على أية شهادة جامعية بالمرة. والأهم هو أن أية شهادة فى الصحافة ليست دليلاً جيداً جداً يبشر بالنجاح

فى الميدان. فكثير من الصحفيين الذين تلقوا تدريبًا جامعيًا فى العلوم الإنسانية، أو الأعمال، أو العلوم الاجتماعية يتفوقون. وفى كثير من الحالات يفضل المحررون توظيفهم على توظيف خريجى كليات الصحافة.

ويحاجج الذين يقولون إن الصحفيين ليسوا مهنيين بأن الصحفيين ليسوا مرخصين كما هو حال الأطباء والمحامين. فهؤلاء ينظم صفوفهم الاتحاد الطبى الأمريكى واتحاد المحامين الأمريكى. وبينما يوجد لدى الصحفيين منظماتهم المهنية، فإن أيًا منها ليست لها سلطة التنظيم. إذ لا يمكن شطب الصحفيين من جدول المشتغلين. وبقدر ما يرغب الصحفيون فى أن ينظر إليهم على أنهم مهنيون، فهم يضعون العراقيل فى سبيل وضع ميثاق شرف قابل للتطبيق. ومثل هذا الميثاق قد يقترح حدودًا ممكنة للضمانات الدستورية الخاصة بحرية التعبير، ولكن لا يمكن لأى ميثاق شرف أن يغطى الواقع المعقد الذى يواجهه الصحفيون يوميًا عند نقل الأخبار التغطية المناسبة.

ومع ذلك، فالصحافة أكثر من أية وظيفة مثل بيع الأحذية. إنها مهنة كالقانون والطب، حيث الادعاءات المشتركة الكثيرة بشأن خدمة المصلحة العامة. وكما هو واضح فى أجزاء هذا الكتاب، غالبًا ما يصف الصحفيون عملهم اليومى من ناحية القيم وليس من ناحية التكنيكات. وبينما لا تحب الهيئات الصحفية الالتزام بميثاق شرف، فهى تقضى وقتًا طويلاً فى مناقشة الدقة والنزاهة وغيرهما من القيم. كما أنها تقيس عمل بعضها البعض بهذه المعايير. وكذلك فإن الصحفيين، مثلهم مثل غيرهم من المهنيين، يحافظون على الأمر الواقع، وهم يضمون الصفوف لحماية الرفاق الذين يظلون بصورة أو بأخرى داخل حدود المعايير المعترف بها، بينما يؤدبون هؤلاء الذين يشردون عنهم.

والأمر الذى يزيد من غموض تعريف الصحفيين أكثر وأكثر هو علاقتهم الغريبة بـ«بزنس» الأخبار. وجاء فى دراسة شهيرة عن وسائل الإعلام أن «الصحافة مهنة لصيقة بإحدى الصناعات». وكما جاء فى افتتاحية صحيفة «نيشن» Nation سنة ١٨٧٩، «إذا كانت الصحافة مهنة، فهناك جانب واحد تختلف فيه اختلافًا بينًا عن سائر المهن - ذلك أنها وثيقة الصلة بالعمل التجارى وتعتمد عليه. ويشمل ذلك

استخدام قدر كبير من رأس المال الثابت». وذكرت «نيشن» أن الشيء الذى لابد منه بالنسبة للصحف هو الانتشار. وتخدم القيم التحريرية هذا الهدف المربح.

إلا أن الاستنتاج النهائى لـ«نيشن» بأن الصحافة ليست مهنة تعتمد اعتماداً تامًا على شيء آخر. فعلى عكس المحامين والأطباء، فإن الصحفيين حينذاك كانوا يكدحون وأسماؤهم غفل. «لقد ثبت مثل أى شيء يمكن إثباته بالتجربة أن سلطة الصحافة تكون بنفس القدر من الصرامة التى يتم بها الحفاظ على أسماء كُتَّابها غفل.... [فالصحافة] لابد أن تبدو دائمًا صوت الرأى العام المرتفع القاطع، وليس صوت بعض الصحفيين الشبان المغامرين».

لقد تغيرت الأمور كثيراً منذ توصلت «نيشن» لهذا الاستنتاج. فـ«الصحفيون الشبان المغامرون» فى الوقت الراهن يشار إليهم فى بداية مقالاتهم. وهم شخصيات معروفة فى المجتمع ويكتبون أعمدة ويحضرون المناسبات الاجتماعية. والاحتمال الأكبر أن القراء يرون الصحيفة على أنها مؤسسة إنسانية غير معصومة من الخطأ. وفى الوقت نفسه، فإن وسائل الإعلام عمل تجارى أكبر من أى وقت مضى. وتخصص «نيويورك تايمز» القسم الاقتصادى فيها لصناعة وسائل الإعلام كل يوم اثنين.

والمفارقة الكبرى فى هذا الجدل الذى لم يحسم هى أن منتج الصحفيين ضرورى للديموقراطية. ولكن رغم مهنة الصحفيين السامية، فإنهم أيد عاملة مستأجرة فى صناعة تدر أموالاً كثيرة. ويرى الصحفيون أن هذا بلاء لا يسعهم منع وقوعه.

* * *

الفصـل الثانى

البزنـــس

لماذا يوجد حساب مكسب وخسارة للأخبار؟

الصحف فى الولايات المتحدة عمل تجارى، وعمل تجارى ربحيته عالية. ولا يعنى هذا أن عيون المحررين والمخبرين الصحفيين تكون على المكسب والخسارة وهم يجرون وراء قصة خبرية ما. وكما سيأتى فى قسم لاحق، فإن الصحفيين الأمريكيين أقل ميلاً بكثير إلى العمل لمصلحة أصحاب الصحف من التزام الصحفيين فى الاتحاد السوفيتى الشيوعى بسياسة الحزب. إلا أن الاعتبارات التجارية تعطى الصحيفة شكلها بالتأكيد. ولكى نفهم كيف يتم ذلك، لابد من فهم دافع الربح فى الصحف.

يقول المؤرخ دانييل بورستين: «فى معظم تاريخ الصحافة الأمريكية كان استقلال الصحافة الأمريكية وجودتها مرتبطًا. . . بالروح التجارية وضرورة أن يقدم للمشترى ما يساوى ما دفعه من نقود فى السوق المفتوحة». وفى العصور الاستعمارية كان أصحاب المطابع الاستثماريون يهدفون إلى بيع المعلومات العملية للجمهور، وخاصة بيع الأخبار التجارية لطبقة التجار.

ومع أن الصحافة القائمة على السوق الضخمة لها أسلاف استعمارية، فإن الصحف فى حقبة بن فرانكلين غالبًا ما كانت تخاطب مصالح نخبوية ضيقة، وكان ذلك ينعكس على أسعار الصحف. ففى أوائل القرن التاسع عشر كانت صحف نيويورك الكبرى تباع بستة سنتات للنسخة، وهو مبلغ كبير فى تلك الفترة. وطبقا للأرقام القياسية لأسعار المستهلك، فإن المواطن الذى كانت بحوزته

ستة سنتات سنة ١٨٢٠ كانت لديه قوة شرائية أكبر من المواطن الذى بحوزته ٢٠ , ١ دولار سنة ١٩٩١ .

إلا أن الصحافة النخبوية تلاشت فى منتصف القرن التاسع عشر، مع وصول صحافة البنى - أى تلك الصحف التى كانت تباع بسنت واحد . والفكرة التى كانت وراء تلك الصحيفة اليومية رخيصة السعر هى الوصول إلى جمهور عريض يزداد معرفة بالقراءة والكتابة، وكانت هى نفسها سوقًا لمنتجات تجارية أخرى . واضطرت صحيفة «نيويورك صن» New York Sun ، وهى واحدة من صحف البنى الرائدة، أن تقول ذلك فى عددها الأول سنة ١٨٣٣ : «هدف هذه الصحيفة أن تضع أمام جمهورها، بسعر فى حدود إمكانيات كل شخص، كل أخبار اليوم، وتقدم فى الوقت ذاته وسيلة مفيدة للإعلان» . ولتأكيد هذا الموقف، كان شعار «نيويورك صن» هو «إنها تشرق من أجل الكل» .

وبعد أن نضج نظام الصحافة، تكونت صلة قوية بين عدد القراء والإعلان . فكان السعر الذى يدفع مقابل إعلان ما يحدده حجم جمهور الصحيفة الذى تصله . ولأن معظم الصحف تدرك أن الحجم الدقيق للجمهور مهم للمعلنين، فهى تسمح لمكتب مراجعة الانتشار بعمل إحصاء مستقل .

وحيث إن الصحف مصممة على أن تكون أرقام توزيعها مرتفعة ، فقد أبقت على أسعار بيعها للقراء منخفضة نسبيًا . ونتيجة لذلك تكسب الصحيفة الأمريكية المتوسطة حوالى ٢٠ بالمائة من عائدها من البيع للجمهور و٨٠ بالمائة من المعلنين[1] . ورغم منافسة وسائل الإعلام الأخرى، ما تزال الصحيفة تتحكم فى حصة كبيرة من إجمالى الأموال التى تنفق على الإعلان (أكثر من ٣٠ مليار دولار) .

إن الصحف آلات أرباح . ويقول محرر «شيكاغو تريبيون» Chicago Tribune السابق جيمس سكوايرز إنها «أكثر الأعمال التجارية ربحية فى أمريكا» . وحققت

---

(١) ٢٠ بالمائة من العائد الآتى من المشتركين يساوى تقريبًا تكلفة توصيل الصحيفة . وأشارت نانسى هيكس ماينارد، بصفتها ناشرة سابقة، إلى أن هذا يعنى أن الأخبار فى الصحيفة تقدم مجانًا للقارئ الذى يدفع فقط ثمن التوصيل .

أقسام الصحف فى شركات وسائل الإعلام المملوكة ملكية عامة، التى تمثل حوالى ثلث إجمالى الانتشار اليومى القومى، هامش ربح مقداره ١٦,٥ بالمائة سنة ١٩٩٠ وهو ما يعنى أن تلك الصحف حققت ربحًا يزيد على ١٦ سنتًا مقابل كل دولار من العائد. وكانت تلك الأرباح هى الأعلى؛ لأن سنة ١٩٩٠ شهدت هبوطًا حادًا فى الاقتصاد. وفى سنة ١٩٨٥ كانت الصحف تكسب ما يزيد على ٢٠ بالمائة أرباحًا عن كل دولار من العائد، وفى المقابل، كانت معظم الصناعات الأخرى تفرح بهامش ربح مقداره ١٠ بالمائة أو حتى ٥ بالمائة. وفى سنة ١٩٩٠ كان متوسط أرباح ٥٠٠ شركة صناعية تضمنتها قائمة مجلة «فورشن» Forutne هو ٤,١ بالمائة.

وأصحاب الصحف يفعلون ما يفعله كل رجال الأعمال، وهو السعى لحماية الربح ودعم القوانين واللوائح التى تتناسب مع حساب المكسب والخسارة. وكان الناشرون فى الجبهة الأمامية الخاصة بمحاربة قوانين عمل الأطفال التى جعلت من الصعب استخدام أطفال بيع الصحف، وحاربوا من أجل الحصول على الدعم البريدى الحكومى، كما أنهم كثيرًا ما كانوا مناوئين للعمال وأبدوا غريزة قاتلة فى سعيهم لوقف الصحف المنافسة عن العمل. وكانوا فى هذا الشأن على قدر كبير من الفاعلية.

وقد هبط عدد الصحف اليومية هبوطًا مطردًا. ففى سنة ١٩٩٠ كان فى الولايات المتحدة أكثر من ١٩٥٠ صحيفة يومية، فى حين كان عددها سنة ١٩٥٠ هو ١٧٧٢. أما عددها فى الوقت الراهن فأقرب إلى ١٥٥٠ صحيفة. وهناك ثلاث وثلاثون مدينة أمريكية بها صحف متنافسة، وهو كذلك هبوط حاد عما كان عليه العدد قبل خمسين سنة، عندما كانت ثلاث وسبعون مدينة بها صحف مملوكة ملكيات منفصلة تقاتل من أجل الانتشار.

وانتعش حال الصحف الناجحة، فى حين هبط عدد الصحف الإجمالى، وارتفع إجمالى توزيع الصحف اليومية مجتمعة من ٥٠ مليونًا سنة ١٩٥٠ إلى ٥٩ مليونًا سنة ١٩٩٤. وكان متوسط التوزيع سنة ١٩٠٠ هو ٧٥٠٠ واليوم يزيد على ٣٥ ألفًا.

وهذا الهبوط فى عدد الصحف المتنافسة والارتفاع فى متوسط التوزيع جزء من اتجاه أكبر نحو العمليات الإخبارية التجارية الكبيرة. وسيطر أباطرة الصحف الكبار أمثال ويليام راندولف هيرست وجوزيف بوليتزر على الفترة المبكرة لصحف السوق الضخمة. ومازال قادة الوقت الراهن يتمتعون بالحيوية ويمكنهم تجميع الثروات الشخصية، بينما يقل احتمال أن يكونوا أصحاب الصحف الوحيدين، ويقل أكثر احتمال أن يكونوا المديرين العامين الذى يشرفون على المؤسسات الكبرى ويحمون مصالح المساهمين (وأسهمهم)[1].

ودفع نزاع الإخوة والتغيرات التى طرأت على قوانين الميراث فى الولايات المتحدة الأسر إلى بيع أسهمها. بينما دفعت قدرة الصحف الإيرادية الشركات إلى اقتناص هذه الملكيات المربحة، وفى سنة ١٩٠٠ كان أقل من ٢ بالمائة من إجمالى الصحف اليومية جزءاً من مجموعة. واليوم يحتمل أن اثنتين من بين كل ثلاث صحف تقرؤها تملكهما مجموعة ما، وهو اصطلاح مخفف مفضل على كلمة «سلسلة» التى يستخدمها مديرو الشركات. وكان لدى مجموعة طومسون للصحف، وهى أكبر مجموعة، أكثر من ١٠٨ صحيفة سنة ١٩٩٥، وكان لدى «جانيت»، وهى الثانية، ٨٢ صحيفة، كما تمتلك كذلك محطات للإذاعة والتلفزيون وشركة لإعلانات الطرق، ولدى كل من «نايت ريدر نيوزبيبرز إنكوربوريشن»، و«كوكس نيوزبيبرز»، و«نيويورك تايمز كومبانى»، و«تايمز ميرور كومبانى»، و«نيوهاوس نيوزبيبرز جروب»، وكثير غيرها ممتلكات كبيرة كذلك. وأشار الناقد الصحفى بن باجديكيان سنة ١٩٩٢ إلى أن «هناك أربع عشرة شركة مهيمنة تملك نصف الصحف اليومية أو أكثر (وقبل سبع سنوات كانت هناك عشرون شركة)».

وأحد الذين استنكروا الصحافة القائمة على أسس تجارية هو أبتون سنكلير،

---

(١) لابد من الإشارة كذلك إلى أن مجموعات الصحف تقدم فى الوقت ذاته نفس الحوافز المالية إلى كبار مديريها العامين مثلما تفعل غيرها من الشركات الكبيرة مع مديريها العامين، وعندما تقاعد رئيس مجلس إدارة جانيت ومديرها العام آل نويهارت سنة ١٩٨٩، خرج ومعه من أسهم الشركة ما يساوى ٢٠ مليون دولار، إلى جانب معاش سنوى قدره حوالى ٧٠٠ ألف دولار، وراتب مؤجل حوالى ٢٠٠ ألف دولار سنوياً بقية حياته، إلى جانب بعض المزايا الأخرى.

وكانت تعليقات سنكلير فى كتابه The Brass Check: A Study of American Journalism [المربع النحاسى : دراسة فى الصحافة الأمريكية] الذى نشره بنفسه سنة ١٩١٩ تنبؤًا عن فهم وإدراك بالاتجاه الذى سار فيه بزنس الصحف خلال القرن الحالى :

الصحيفة الحديثة مؤسسة تحتاج إلى تكاليف ضخمة. لقد ولى ذلك اليوم الذى كان يمكن فيه لصاحب مطبعة فى الريف أن ينصب ماكينة طباعة يدوية ويطبع أخباراً عن حفل زفاف ابنة حداد القرية والحفل الذى تقيمه جمعية المساعى المسيحية على المرج.... إن الامتياز الذى يخول لصحيفة ما نقل هذه الأخبار من كل أنحاء العالم باهظ التكلفة، فهو فى معظم المدن الكبيرة والصغيرة احتكار محكم ، لا يمكنك أن تدفع ثمن هذه الخدمة، وأن تطبع هذه الأخبار، ما لم يكن لك انتشار واسع، وهو ما تحتاج لتحقيقه إلى ماكينات طباعة معقدة ومكلفة، ومبنى كبير، وعاملين على قدر كبير من التدريب، وبالصدفة تجد نفسك تدير وكالة إعلان وإدارة توظيف عمومية؛ وسوف تجد نفسك تقدم وجبات للصبية بائعى الصحف، وتتفقد الأحوال فى مستشفى المقاطعة، وتجمع أموالاً لإقامة نصب تذكارى لأبطالنا فى فرنسا. بعبارة أخرى، سوف تصبح مؤسسة ضخمة ومعقدة، تحارب ليل نهار لجذب اهتمام الجمهور، وتدفع مخك المركب إلى الدخول فى منافسة مع الأمخاخ المركبة الأخرى فى الصراع من أجل اجتذاب أموال الجمهور.

وأعطى سنكلير كتابه اسم «المربع النحاسى» لأن زوار بيوت الدعارة فى زمنه كانوا يشترون مربعًا نحاسيًا عند الباب ؛ حيث كانوا يعطونه للمرأة التى يفضلونها . ويقول سنكلير إن الصحفيين يعرضون كالمومسات لتحقيق الأرباح التجارية . وبينما يختلف كثيرون مع هذا الرأى ، فالواقع أن الأرباح التجارية تشكل جوانب المنتج الإخبارى وكثيراً ما يكون ذلك بطرق لا تكون واضحة فى بادئ الأمر .

لماذا يمكن للقارئ أن يحقق فائدة من صحيفة مربحة ؟

فى بداية التسعينيات خفضت شركة «تايمز ميرور» التكاليف . فمع الانخفاض الحاد فى الإعلان والارتفاع الشديد فى أسعار ورق الصحف ، كانت صحيفتها الرئيسية «لوس أنجلوس تايمز» Los Angeles Times أوقفت طبعتها الخاصة

بمقاطعة سان دييجو، وقسم Sunday City Times بها والموجه إلى وسط المدينة، وتقريرها العالمى الخاص الذى ينشر كل يوم ثلاثاء، كما بدأت موجات عديدة من «شراء الحصص بالكامل» لتقليص حجم العمالة. وفى عام ١٩٩٥ تخلصت الإدارة من صحيفتين ضعيفتين ماليًا، هم « إيفننج صن» Evening Sun فى بالتيمور و«نيويورك نيوزداى» New York Newsday وهى صحيفة حائزة على جائزة بوليتزر خسرت ما يقدر بمائة مليون دولار فى السنوات العشر التى عملت خلالها.

وكان مهندس تخفيضات ١٩٩٥ مارك ويليس رئيس «تايمز ميرور» Times Mirror ومديرها العام، وكان قد وصل الشركة فى وقت سابق من ذلك العام من «جنرال ميلز». وكان المخبرون الصحفيون يشيرون إليه بأسى على أنه «كابتن كرنش»[1]. إلا أن الصحفيين أدركوا أنه ما إن تقيم نظامًا على البزنس، حتى يكون لربحية الصحيفة دور كبير فى تحديد مدى جودة المنتج. وكما تبين إجراءات «تايمز ميرور»، فإن الحد من العائد المنخفض يؤدى إلى عدد الأقسام وحجم هيئة التحرير، بل ويهدد استمرار الصحيفة فى الصدور نفسه. وأحد أسباب نقص أقسام عروض الكتب فى صحف الأحد فى السنوات الأخيرة هو تخفيض الناشرين للإعلان.

وتعد المرتبات وورق الصحف، بهذا الترتيب، أكبر بندين من بنود ميزانية الصحف. ويبلغ ثمن الورق وحده ٢٠ بالمائة من ميزانية الكثير من الصحف. وعندما بدأت أسعار الورق فى الارتفاع بصورة كبيرة فى أواخر ١٩٩٤، اضطربت صناعة الصحف. وقررت صحيفة «براتلبورو ريفورمر» Brattleboro Reformer، وكانت توزع ١٠ آلاف نسخة، مطالبة الأسر بدفع ٥٠ دولارًا مقابل نشر معلومات سيرية مع النعى الخاص بأى إنسان عزيز، وأبلغ المحرر القراء أن صحيفة فيرمونت «لم تبدأ المطالبة بتكاليف النعى كى تصبح ثرية، بل فعلت ذلك لكى لا تغرق». وانهارت صحيفة «هيوستن بوست» Houston Post، وقال ويليام دين سنجلتون، المدير العام للشركة الأم «كونسوليديتد نيوزبيبر إنكوربوريشن»: «تلقت «هيوستن بوست» ضربة فى الرأس ببكرة ورق الصحف».

---

(١) تعنى كلمة crunch فى العامية الإنجليزية تخفيض الميزانية، وبذلك يكون معنى هذه التسمية التكهمية «كابتن تخفيض». (المترجم).

إن ضرورة تحقيق الربح تحد من حركة الصحيفة. ولكن الحكم فقط على مقدار عدم كفاية دافع الربح يقتضى منا التفكير فى مدى احتمال أن تكون البدائل أفضل أو أسوأ. وشعر أبتون سنكلير، وهو اشتراكى، بالقلق بشأن الأساس الرأسمالى للصحافة، حيث تنبأ بالمعضلة التى واجهت صحيفة «لوس أنجلوس تايمز». إلا أن سنكلير لم يطرح نظامًا إعلاميًا بديلاً؛ ربما لأنه، كما يرى والتر ليبمان، «لا يمكنه إقناع أى إنسان، ولا حتى نفسه، بأن الصحافة المناوئة للرأسمالية هى العلاج للصحافة الرأسمالية»، والصحافة المملوكة للدولة قد لا تكون مضطرة للقلق بشأن الأرباح. ولكن التعامل مع رئيس حكومى أكثر إزعاجًا بكثير؛ إذ كيف يمكن للصحافة أن تكون قيدًا على الحكومة فى الوقت الذى تعمل فيه لحسابها؟ (١)

وأشار جوزيف بوليتزر إلى أنه «كلما كانت الصحيفة ناجحة من الناحية التجارية، كان ذلك أفضل للجانب الأخلاقى منها، وكلما كانت أكثر ازدهارًا، كانت قدرتها على الاستقلال أكبر . . . وكانت أقل خضوعًا للإغراء، وكانت أكثر تحملاً للخسائر فى سبيل المبدأ والتقاليد».

وبينما يرى بعض النقاد أن مثل هذا الاعتماد الكبير على الإعلان يبعد الصحيفة عن مصالح قرائها، فإن للإعلان كذلك تأثير إيجابى بصورة قابلة للجدل على موضوعية صفحات الأخبار. ورغم اهتمام المعلنين بالمبالغة، فهم يريدون من الصحف أن تكون واقعية وأمينة، كما أشار معلم الصحافة فيليب ماير: «الحقيقة هى ما يدفع العملاء - القراء بصورة مباشرة والمعلنون بصورة غير مباشرة - ثمنه لأنهم يريدون لرسائلهم أن تظهر فى بيئة جديرة بالثقة». ويضيف أن أقل المعلنين إحساسًا بالمسئولية يستخدمون صحفًا غير مسئولة مثل صحيفة «ناشونال إنكوايرر» National Enquirer التى تميل إلى الإثارة وتبيع فى محلات السوبر ماركت بقصص من قبيل «حلم العمة الخارق للطبيعة ينقذ مراهقًا مفقودًا».

---

(١) هناك نماذج من وسائل الإعلام التى تملكها الدولة أو تديرها تنتج أخبارًا من الطراز الأول، وتعد هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) أحد هذه النماذج. إلا أن هذه النماذج تعمل ضمن ثقافة تمويل يسيطر على القطاع الخاص، وهو من يضع المعايير لما هو مقبول وما هو غير مقبول، بل إنه رغم تمويل الحكومة الأمريكية للإذاعة العامة المرئية والمسموعة، فإن أية محاولة للتدخل فى برامجها لابد أن يثير خلافًا.

ويكتب ماير قائلاً: « إذا أعلنت الصفحة الأولى أن ربة بيت حملت من كلب من نوع الكولى، انظر فى الداخل وراجع الإعلانات، سوف تجد أن الإعلانات التى بها هى فقط تلك الموجهة لمن يصدقون أى شىء، مثل أن هناك حبوبًا تجعلك تنقص وزنك وأنت نائم ».

وتمامًا مثلما يتجاهل الصحفيون والنقاد الإعلاميون فى كثير من الأحيان نوعية الإعلان، فهم ينسون أن الإعلان فى حد ذاته خدمة عامة، وأنت قارئ الجريدة، قد تتجاهل إعلانات إطارات السيارات ٣٦٤ يومًا من السنة، ولكن فى اليوم الذى تحتاج فيه إلى شراء إطارات جديدة قد يكون ذلك هو السبب الوحيد وراء قراءتك للصحيفة. والمعلنون يدفعون المال لوضع الإعلانات فى الصحف لأن المستهلكين يقرءونها.

بل إن البعض يقول إن المعلنين عززوا عدد قراء الصحف، ويشير المؤرخان الإعلاميان مايكل وإدوين إيمرى إلى أن المعلنين «سرعان ما اكتشفوا أن رسائلهم لابد أن تصاغ ببساطة كى تصل إلى أغلب الناس. وفهم المعلنون كذلك قيمة العرض الجذاب، وقد كانوا رواداً فى تجريب أساليب الطباعة والرسوم التوضيحية والتوضيب والوضوح. وتدين الصحافة بكثير من الفضل للمتخصصين فى علم النفس العملى وفنانى الجرافيك».

ويمكن للصحف المربحة الكبيرة أن تكون قادرة بصورة أفضل على دفع تكاليف عمليات جمع الأخبار الكبيرة مثل تلك المكاتب الخارجية المكلفة، إلا أن كبر الحجم والأرباح لا تؤدى بصورة آلية إلى مزيد من الاستثمار على جانب الأخبار، ويزعم رالف إنجرسول الابن، الذى يملك مجموعة تضم أكثر من ثلاثين صحيفة، أن بإمكانه جمع هوامش ربح من العائدات تصل إلى ثمانية وثلاثين بالمائة من الدولار. إلا أن المفاضلة تكون على حساب نوعية العملية الإخبارية.

وعملية أن تصبح كبيراً لها معوقات كذلك. فلابد للصحف أن تحقق أرباحًا كى تسد الديون التى تتحملها من جراء حصولها على أملاك جديدة ترفع أسعارها لمستويات عالية. ويقول جيم أوتاواى الابن، رئيس مجلس إدارة «أوتاواى نيوزبيبرز إنكوربوريشن»، التى تملكها حاليًا شركة «داو جونز» ناشر «وول ستريت

جورنال» : «يمكنك أن [تدفع] ما يساوى ضعفى أو ثلاثة أضعاف إجمالى عائدات أية صحيفة تتمتع بصحة جيدة فى سوق تتمتع بصحة جيدة وتستمر فى نشر صحيفة جيدة، ولكن بعض الصحف تدفع خمسة وستة وسبعة أضعاف العائدات . وهذا فى العادة يوجب خفض التكاليف الذى يقتل الجودة التحريرية » .

والشركات التى يتم تداول أسهمها تداولاً عامًا تشعر بقدر إضافى من الضغوط كى تحقق أرباحًا . ويقول آل نويهارت المدير العام السابق لمجموعة «جانيت» : «لم تكن بورصة وول ستريت لتهتم لو أننا أصدرنا صحيفة جيدة فى شلالات نياجرا . كانوا سيرغبون وحسب فى معرفة إن كانت أرباحنا ستتراوح بين ١٥ و٢٠ بالمائة أم لا » .

ويتضح هذا التأكيد على الأرباح فى بيان مهمة الشركة أو «خطة اللعب» التى كتبها خليفة نويهارت، جون كيرلى، وتجدد سنويًا. واعتبرت النسخة الأولى التى كتبت سنة ١٩٨٩ أن «على رأس الأولويات زيادة الربحية وزيادة العائد على الأسهم والاستثمارات» . ولم يحدث أن ذكرت الخطة قبل ١٩٩٢ هذه العبارة : «إننا نبدى احترامنا للتعديل الأول ومسئوليتها تجاهه » . وكان ذلك آخر شىء فى قائمة مبادئ التشغيل . وأوضح كيرلى أن إسقاطهم الأخبار هذا فى السابق كان سهواً . وكان تضمينه المتأخر بسبب النقد الذى أشار إلى أن «يو إس إيه توداى» التى تملكها «جانيت» كانت أخف مما ينبغى فى نقلها للأخبار[1] .

وفى سنة ١٩٩٥ استقال اثنان من كبار محررى البلاد من صحيفتين تملكهما مجموعتان إعلاميتان كبيرتان . وقد عبر جنيفا أوفرهولسر محرر «دى موان ريجستر» Des Moines Register ، التى تملكها «جانيت»، وريتشارد آرجود محرر صفحة التعليق على الأخبار فى صحيفة «فيلادلفيا ديلى نيوز» -Philadel

(١) ربما كان الأمر أكثر من مجرد مصلحة عابرة إن وجدت بيانات المهام التى تستهدف قدراً أكبراً من النهوض بالمجتمع فى تنظيمات خارج صناعة الأخبار، مثل «يونايتد بارسيل سيرفيس» و«هولمارك» ، ويبدأ بيان المهام الخاص بـ «هولمارك» كما يلى : «نحن نؤمن بأن منتجاتنا وخدماتنا لابد أن تثرى حياة الناس وتعزز علاقاتهم» . وبدأت نسخة جانيت لسنة ١٩٨٩ كما يلى : «أن تحصل على ممتلكات فى مجالات الأخبار والمعلومات والاتصالات والمجالات وثيقة الصلة بها، كالتسلية أو الإعلان، التى لها جدوى اقتصادية» .

phia Daily News، التى تملكها مجموعة «نايت ريدر»، عن شجون ترددت فى صالات الأخبار فى أنحاء البلاد، فقد قال أوفرهولسر، الذى عين فيما بعد محققا فى الشكاوى فى صحيفة «واشنطن بوست»: «لا أعرف محرر صحيفة لا تحبطه ضغوط الأرباح فى الشركات العامة، إنك على الدوام تخفض التكاليف وحسب».

ويقول ويليام ونتر، المدير العام لمعهد الصحافة الأمريكى: «لا شك فى أن ما بات يوجه معظم الصحف أكثر وأكثر هو حساب المكسب والخسارة. وتدخل فى ذلك الصحف التى نفكر فيها على أنها صحف من نوعية جيدة. وعندما تريد الصحف زيادة أرباحها فإنها عادة لا تخفض نفقات مبيعات الإعلان أو قسم التوزيع، وإنما تخفض ميزانية صالة الأخبار.

ولكن أصحاب الصحف الذين نفضلهم هم هؤلاء الذين يدركون أن الربحية تعتمد على جودة الأخبار. فالسلامة التحريرية والصحة المالية يعملان جنبًا إلى جنب، حيث إن «المنتج» التحريرى القوى يجتذب القراء، وهو ما يريده المعلنون. وعندما واجهت صحيفة «نيويورك هيرالد تريبيون» New York Herald Tribune هبوطًا فى التوزيع فى منتصف الستينيات، فإنها لم تتصرف بشجاعة لتحسين محتواها الإخبارى. ويقول إيفان فيت مدير أعمال «نيويورك تايمز»: «إننى لم أسع قط لإنقاذ التريبيون بمستحضرات التجميل والخدع المطبعية. إنهم لم يدعموا ما لديهم قط؛ لا داخليًا بهيئة تحرير كافية، ولا خارجيًا بما يكفى من الترويج والأفراد لزيادة التوزيع. وبدلاً من ذلك ضيقوا الخناق عليها حتى الموت».

لماذا لا يكتب الصحفيون قصصًا ليبيعوا الصحف؟

«طبعًا، أعرف السبب الذى جعل المخبر الصحفى يكتب تلك القصة؛ لكى يبيع الصحف».

ليست هناك شكوى من الصحافة أكثر شيوعًا من هذه. وما توحى به هو أن السوق توجه الصحفيين إلى كتابة قصص خبرية معاكسة لطبائعهم الجيدة. فبالحكم على الأشياء من منطلق الربح الذى يحرك أصحاب الصحف، قد يفترض المرء أن

هذه حقيقة، فى حين أنها ليست كذلك. فالمخبر الصحفى لا يفكر فى بيع الصحف عندما يجلس كى يكتب قصة، مثلما لا يفكر اللاعب فى الجاذبية الأرضية وهو يضرب بعصاه كرة سريعة. وربما يكون المخبرون الصحفيون الجيدون نافعين للعمل التجارى، ولكن لا يوجههم حساب المكسب والخسارة على وجه التحديد.

وعندما التقى محررو «نيويورك تايمز» مع المديرين بشأن الجانب التجارى كى يتفقوا على بيان للقيم خاص بالصحيفة، انتهى بهم الأمر إلى نقاش ساخن حول الأخبار والأرباح. وأفصح ماكس فرانكل كبير المحررين فى ذلك الوقت، وكان شديد الغضب، عما بداخله بقوة. فقد قال: «إن الكاتب أو الصحفى يحكم عليه من خلال تألق صحافته، حتى وإن كانت تكلف مبالغ كثيرة ـ بل وخاصة إذا كانت تكلف مبالغ كبيرة. أما مدير الأعمال فيحكم عليه من خلال الطريقة التى يقلل بها التكاليف ويحقق الأرباح».

ويقر الصحفيون هذا الموقف بسرعة. فعندما توظف إحدى الصحف مخبراً صحفيًا جديداً، فإن الجانب التجارى قد يدمر الأجر. غير أن انتقاء الموظف هو قرار صالة الأخبار، وليس قراراً تجاريًا. ومن النادر عرض مخبر صحفى على توزيع الصحيفة أو قسم مبيعات الإعلانات فى أثناء عملية المقابلة الشخصية. ولا يجرؤ محرر (أو ناشر) يحترم نفسه على تكليف مندوب مبتدئ بكتابة قصة ما وهو يذكره قائلاً: «إننا فى عمل تجارى لتحقيق الربح. والآن اذهب إلى هناك وحقق لى بعض الربح».

وطبيعة الحال أن الصحف تعتمد على بيع منتجها للمعلنين والجمهور. فسوف تكون هناك قصص قليلة عن السياحة إذا كانت صناعة السياحة والسفر غير راغبة فى الإعلان فى أقسام السياحة يوم الأحد. والشىء نفسه بالنسبة لمحال البقالة وأقسام الطعام. وبنفس الطريقة تعلن صحف المجتمع عن حفلات الزفاف؛ ليس لأن أصحابها يعتقدون أنها جديرة بأن تكون أخباراً، ولكن لأن القراء يحبون أن يروا أسماءهم وأسماء جيرانهم فى الصحيفة، ويميلون أكثر إلى شراء صحيفة ما إذا كانت تلك الأسماء فيها.

والصحف كذلك لا تعارض إرضاء المعلنين معارضة شديدة فى مضمون الأخبار

وموقعها. فحيثما توجد أخبار الأعمال التجارية المشروعة، مثل افتتاح مركز تجارى جديد على سبيل المثال، فإنها تخرج عادة عن خطها المألوف لضمان تغطيته. وهى توافق على عدم نشر إعلانات شركات الطيران بالقرب من أخبار حوادث الطائرات. بل وتوافق فى بعض الأحيان على تأجيل الإعلانات بصورة آلية ليوم آخر.

ولكن ماذا عن تشكيل مضمون القصص الخبرية بحيث ترضى المعلنين، أو حتى تجاهل الأخبار التى سوف تضايقهم؟ لا شك فى ذلك. فالمعلنون يمارسون الضغط، ويشعر الناشر والجانب التجارى بذلك فى أغلب الأحيان. غير أن الضغط يمكن أن يصل إلى صالة الأخبار، وفى بعض الأحيان يحدث ذلك فرقًا فيما يظهر كأخبار. ولكن الفكرة السائدة فى العمل الصحفى هى أنه من غير المفترض أن يحدث هذا بحال من الأحوال.

وتشير «أمريكان جورناليزم ريفيو» American Journalism Review إلى أن صحف «سان خوسيه ميركورى نيوز» San Jose Mercury Newsو«هارتفورد كورانت» Hartford Courant و«سانت جورج سبكترم» St. George (Utah) Spectrum و «برمنجهام نيوز» Birmingham News و«نيو هيفين ريجستر» New Haven Register خضعت جميعًا لغضب تجار [السيارات] بعد كتابة قصص خبرية عن كيفية شراء سيارة بسعر جيد. وفى مواجهة مقاطعة حدثت ١٩٩٤ من جانب حوالى أربعين معلنًا، مما كلف «ميركورى نيوز» ما لا يقل عن مليون دولار، نشر جاى هاريس اعتذارًا عن القصة التى نشرتها الصحيفة. وعندما استمرت المقاطعة نشر إعلانًا على صفحة كاملة يتضمن «١٠ أسباب لضرورة شراء سيارتك التالية من تاجر يحمل ترخيصًا من المصنع».

ومجرد طريقة تقييم أهمية الضغط الإعلانى عرضة لتأويلات مختلفة. ففى استطلاع أجرى سنة ١٩٩٢، كان تسعة من بين كل عشرة محررى صحف يدركون سعى المعلنين للتأثير على الأخبار بتهديدهم سحب إعلاناتهم أو كانوا يدركون ذلك فعلاً. وقال أكثر من الثلث إن مثل هذا العمل كان ناجحًا. ومن ناحية أخرى، حسبما قاله الصحفى السابق وأستاذ الصحافة حاليًا فيليب ماير، فإن «الصحف التى

يحدث فيها مثل هذا التدخل أكثر من مرة أو مرتين فى العام تصل إلى ١٤ بالمائة فقط من إجمالى جمهور الصحافة». ويورد ناقد الصحافة بن باجديكيان دراسة أجرتها سنة ١٩٨٠ الجمعية الأمريكية لمحررى الصحف أظهرت أن ثلث المحررين الذين يعملون لحساب مجموعات صحف لم يشعروا بحرية نشر قصص ضارة بشأن شركاتهم. إلا أن آخرين يعتبرون أنه أمر رائع أن يكون الثلثان قد شعروا بحرية فى نشر قصص سلبية. وهم يرون أن الصحافة واحدة من الأعمال التجارية الوحيدة فى العالم التى فيها الزبون، ناهيك عن رئيس العمل، ليس دائمًا على حق.

والصحف الكبرى أقدر من غيرها على التعامل مع المعلنين الغاضبين، فالمعلن أقل احتمالاً لأن يكون جار المحرر. وفى أى الأحوال قد يحتاج إلى الصحيفة أكثر من احتياج الصحيفة إليه. أما الصحف الصغيرة فموقفها أكثر ضعفًا. وقيل فى يوم من الأيام لمحرر إحدى الصحف الأسبوعية فى بنسلفانيا إنه يمكنه نشر قصة خبرية عن خطف حقائب اليد فى أحد متاجر الحدايد المحلية، وصادف أنه معلن كبير. ولكن الناشر حذر من أنه إذا سحب المعلن إعلانه نتيجة لذلك، فسوف يطرد المحرر من وظيفته. وليس فى المسألة أى شىء شخصى. غير أنه بدون عائد الإعلانات لن يمكن وحسب للصحيفة الأسبوعية أن تستمر فى العمل. (نشر المحرر القصة، ذاكرًا اسم المتجر ولكنه ركز على الجريمة أكثر من مكان وقوعها؛ ولم يسحب الإعلان).

ويمكن للضغط الإعلانى المنظم أن يحدث أثرًا عكسيًا. فقد أدت مقاطعة المعلنين لصحيفة «سانت خوسيه ميركورى نيوز» إلى قيام لجنة التجارة الفيدرالية بعمل تحقيق خاص بمكافحة الاحتكار. وحكمت اللجنة بأن المعلنين تآمروا بغرض تقييد التجارة وحرمان «المستهلكين من معلومات حقيقية» عن طريق سحب الإعلانات، وأمرت اللجنة التجار بإنهاء المقاطعة.

وتنخفض الروح المعنوية لصالة الأخبار عندما يدخل الناشرون مكتب المحررين ويطلبون معالجة خاصة لقصة تتصل بأحد المعلنين، ويرفض المخبرون الصحفيون المبالغة فى مدح المعلنين. وعندما يكشفون أمرًا سلبيًا يتعلق بأحدهم، فإنهم يتوقعون نشر الأخبار السيئة.

وغالبًا ما يغضب الصحفيون عندما يشعرون بأن «عدادى النقود» فى العمل التجارى يتجاوزون حدودهم. وعندما نشرت «ميركورى نيوز» ذلك الإعلان لإرضاء تجار السيارات، أرسل أعضاء هيئة التحرير الغاضبون الكثير من رسائل البريد الإلكترونى عبر شبكة صالة الأخبار ومزقها نظام الكمبيوتر. وكانت لتونى مورا، محرر «نيو هيفين ريجستر» تجربة مشابهة. فقد كان يشرف على النسخة التحريرية لقسم خاص بالسيارات وكان يضمن خدمة تخبر القراء بكيفية تحاشيهم دفع أسعار السيارات المكتوبة على البطاقات. وهنا احتج تجار السيارات المحليون. وعندما أوقف مورا عن العمل لمدة أسبوعين بدون أجر، جمع المحررون مبلغًا من المال لتغطية أجره الضائع وتسربت القصة إلى «أمريكان جورناليزم ريفيو»، وهى كغيرها من المطبوعات التى تتابع وسائل الإعلام تحب نشر التجاوزات.

ومثل هذه القصص التى تنال حظًا وافرًا من الدعاية تصبح دروسًا لكبار المحررين والناشرين. فبما أنهم لا يريدون أخبارًا سيئة عنهم، فهم يتعلمون أن يكونوا حذرين بشأن التدخل فى صالة الأخبار باسم المعلنين.

ويعتقد الصحفيون أنه ينبغى الفصل بينهم وبين أصحاب الصحف بنفس الطريقة التى ينص بها الدستور على الفصل بين الكنيسة والدولة. ويساهم هذا فى حدوث تحيز مناوئ للإدارة. وقد أشار عميد سابق لكلية الصحافة بجامعة كولومبيا على طلابه الذين سيصبحون صحفيين بأن يكون لديهم احتياطى مالى صغير، بحيث يمكنهم أن يقولوا لأصحاب صحفهم الهوائيين اذهبوا إلى الجحيم. ويقول البروفيسور جاى روزن أستاذ الصحافة بجامعة نيويورك: «إن لغة التسويق ليست هى تلك اللغة التى تروق لمعظم الصحفيين الذين لا يرغبون فى اعتبار أنفسهم بائعين لأحد المنتجات أو مروجين له». ومنذ فترة طويلة قال أ. ج. ليبلنج ناقد الصحافة مازحًا إن توجه المخبرين الصحفيين يختلف عن توجه الناشرين، لدرجة أنهم «عادة ما يقفون ضد موظفيهم [عند اختيارهم فى أحد الانتخابات] ويكتئبون عندما يكون هناك فائز من صحيفتهم».

وما أكثر هذه الأمثلة. وتناولت دراسة أجريت سنة ١٩٩٤ عن كبريات الصحف اليومية عشرين عاملاً، يمكنها أن تدفع المخبرين الصحفيين للجوء إلى مصدر دون

آخر. وجاءت الضغوط الصادرة عن أقسام الإعلانات وسياسة الصحيفة بشأن القضايا السياسية فى القاع من حيث الأهمية. والمثال التقليدى لفصل المصالح التجارية عن المصالح التحريرية هو ذلك التعليق الذى نشر فى «نيويرك تايمز» فى ٣١ يوليو ١٩٩٥. فقد انتقد التعليق مشروع قانون خاص بالاتصالات التليفونية أقره مجلس النواب لتضييق ملكية المؤسسات الإخبارية، «مع أن شركات إعلامية كبرى، بينها شركة «نيويورك تايمز»، يمكن أن تستفيد منه».

إن موقف «نحن وهم» الذى يسود صالات الأخبار يمكن أن يسبب صداعًا للناشرين. ونعرف إحدى الصحف الجنوبية متوسطة الحجم التى لم تكن لدى المحررين فيها الرغبة فى استخدام قسم الإعلانات بها الصور التى تلتقطها هيئة الأخبار. وحجتهم فى ذلك هى أن موظفى الإعلانات يغيرون فى شكل الصور، مما يقضى على مصداقية الصحيفة. ولم يدرك الناشر المشكلة. فلا أحد يتوقع أن تكون معايير الإعلانات هى نفسها المعايير الخاصة بالأخبار. إضافة إلى أنه من المستحيل السيطرة على صور الإعلانات، لأن أغلبها تقدمه وكالات الإعلان. ولكن الناشر اضطر للتعامل مع هموم صالة الأخبار بينما كان لا يزال يحصل على صور لوضعها فى ملاحق إعلانية خاصة. وقد حل المشكلة بالاتفاق على أن الصور الإخبارية لا يمكن استخدامها للترويج، غير أنه يمكن كذلك للمصورين أن يلتقطوا صورًا للجانب التجارى للعملية ـ وهى الصور التى لا يمكن استخدامها فى صفحات الأخبار.

وكثيرًا ما تفهم فكرة أن «المخبرين الصحفيين يكتبون الأخبار ليبيعوا الصحف». بمعنى أن المخبرين الصحفيين يبحثون عن القصص التى يريد القراء قراءتها. ومن الطبيعى أن يرغب أى صحفى فى أن تقرأ قصته. إلا أن معظم القراء يدهشون من قلة الوقت الذى يخصصه المخبرون الصحفيون لاكتشاف ما يحتاجه الجمهور. والمخبرون الصحفيون يفترضون أن القارئ يحب نفس الأشياء التى يحبونها هم. وفى دراسة شهيرة عن مواقف صالات الأخبار، ركز عالم الاجتماع هربرت جرانز على «سى بى إس» و«إن بى سى» و«تايم» و«نيوزويك»، إلا أن استنتاجاته تنطبق على الصحف كذلك. ويقول جرانز: «بدأت هذه الدراسة بافتراض أن الصحفيين، باعتبارهم موظفين تجاريين، يضعون الجمهور بشكل مباشر فى

اعتبارهم عندما يختارون القصص وينتجونها. . . ولكن ما أدهشني هو أنني وجدت أن لديهم معرفة قليلة بالجمهور الفعلى ويرفضون تلقى ما يفيد رد فعله تجاه ما يكتبون. . . وبدلاً من ذلك يصورون ويكتبون من أجل رؤسائهم ومن أجل أنفسهم».

وشجع الاتجاه الحديث إلى ملكية المجموعات، وكذلك ما يدل على هبوط عدد القراء، الإدارة على التفكير أكثر وأكثر بشأن اهتمامات القراء. وأبدت إدارة المجموعات ميلاً متزايداً إلى إلحاق المواهب المحلية العليمة بالمشهد المحلى بالعمل. وتحرص المجموعات كذلك على ترك القرارات الإخبارية للناشرين والمحررين المحليين.

والاتجاه نفسه متبع مع صفحة الافتتاحية، حيث كان من المتبع أن يروج أصحاب الصحف آراءهم الخاصة. وفى استطلاع للرأى أجرته مؤخراً المجموعة المهنية للناشرين سأل اتحاد الصحف الأمريكى ٢٠٥ صحيفة عمن هو صاحب قرار أى المرشحين للرئاسة تسانده الصحيفة. وفى ٩٨,٥ بالمائة من الحالات كان أصحاب الصحف يتركون القرار لمرءوسيهم، وهم فى الغالب مجلس التحرير. وفى حالة ملكية المجموعات، لم يكن المرءوس الذى يتخذ القرار من الجانب التجارى كذلك، بل كان المحرر. وكان الناشرون والمديرون العموم يتخذون القرار حوالى ٣٠ بالمائة من الوقت.

وكان لفصل الكنيسة عن الدولة فى الصحف قيمة كبيرة فيما يتعلق بجودة التغطية. ويكون التوتر الصحى قائماً عندما يضغط المحررون - من منطلق ما يؤمنون به - على الناشرين وأصحاب الصحف من أجل مزيد من المساحة والموارد لتغطية القصص. وبدون هذا الضغط، غالباً ما يكون أصحاب الصحف أقل ميلاً إلى تقديم التغطية اللائقة. وعندما وضع صاحب «ميلووكى جورنال» Milwakee Journal (وتسمى الآن «جورنال سينتينل»Journal Sentinel) خطة لتمليك الصحيفة للعاملين (حيث كان يكره النقابات، وكانت تلك طريقة لتحاشى التعامل معها). تصرف العاملون مثل أصحاب الصحف فى كل مكان. فاهتماماً منهم بالربح، خفضوا نفقات المكاتب الموجودة خارج الولاية.

كلام جانبى: مستويات الصحف

تمثل التجارة جزءاً كبيراً من مهنة الصحافة، حتى أن جودة أية صحيفة غالبًا ما يكون الحكم عليها بلغة السوق مثل «نسبة الإعلانات». ويعتقد أن الصحف المسئولة تخصص ما يزيد على ٦٥ بالمائة من محتوياتها للإعلانات (والمتوسط يقل قليلاً عن ٦٠ بالمائة). وعادة ما يربط عدد العاملين فى الصحف بالتوزيع، حيث يكون المعيار هو موظف واحد لكل ألف قارئ. وتبعًا لهذا المعيار، فإن الصحيفة التى يصل توزيعها إلى ٥٠ ألف نسخة ينبغى أن يعمل بها على الأقل ٥٠ مخبراً ومحرراً.

وفى مراجعة لاتجاهات الصناعة خلال عام ١٩٩٢، أورد سكريبس- هوارد المتوسطات التالية:

- قسمت الصحيفة النمطية بصورة أو بأخرى بالتساوى بين المادة التحريرية والإعلان.
- اثنان وسبعون بالمائة من إجمالى التوزيع يوصل للمنازل، فى حين كان ٢٨ بالمائة مبيعات لنسخ مفردة.
- خمسة وستون بالمائة من الصحف كان يوصلها بالغون، بينما يوصل الصبية ٣٥ بالمائة.
- اثنان وخمسون بالمائة من عائد الإعلانات تجارة تجزئة محلية، و٣٥ بالمائة إعلانات مبوبة، و١٣ بالمائة إعلانات قومية.
- مقابل كل ألف نسخة موزعة، لدى الصحيفة فى المتوسط من ١,١ إلى ٢,١ موظف فى صالة الأخبار.
- تسعة عشرة بالمائة من المخبرين الصحفيين الذين حققوا انفرادات كانوا يغطون الرياضة، و١٣ بالمائة مهام عامة، و١٣ بالمائة الحكومة والسياسة، و٨ بالمائة الأسرة وأسلوب المعيشة، و٧ بالمائة المال والتجارة، و٦ بالمائة الفنون والترفيه، و٤ بالمائة التعليم، و٤ بالمائة القضايا الاجتماعية، و٤ بالمائة الشرطة والجريمة، و٤ بالمائة المحاكم. وكانت الستة عشرة الباقية تغطى موضوعات أخرى.

- من ٧٠ إلى ٨٠ بالمائة من الميزانية المتوسطة لصالة الأخبار تغطى تكاليف الموظفين، ومن ١٠ إلى ١٥ تغطى التحقيقات وخدمة وكالات الأنباء والملاحق، ومن ٢ إلى ٥ بالمائة أجور غير المتفرغين.
- قرأ النسخة الواحدة من الصحيفة فى المتوسط ٣, ٢ فرداً.

لماذا يسعى الصحفيون للإقناع بأهمية القصص الإخبارية؟

أشار القسم السابق إلى أن الصحفيين لا تحركهم نشوة بيع الصحف. وإنما تدفعهم نشوة نشر قصصهم الخبرية فى الصحيفة. وليس فى هذا ما يضير القارئ، ذلك أنه يزيد الاهتمام وعدد القراء. ولكن عندما يتعدى الأسلوب خطًا معينًا أسيء تحديده، فإن ذلك يسمى فى المهنة «قصصًا مضللة».

ويرغب المخبرون الصحفيون فى رؤية قصصهم منشورة فى الصحيفة، وحبذا لو كانت بتوقيعاتهم. ولتحقيق ذلك، فإنهم يعرفون أن عليهم إقناع المحرر بأهمية القصة. ويعنى هذا جعل القصة جديرة بالاهتمام. وهذا هدف نبيل، ويكاد يكون قديمًا قدم الصحافة نفسها. والمخبر الصحفى الذى لا تظهر قصصه على الصفحة الأولى كاللاعب الذى لا يشارك فى أية مباراة.

ويمكن للمخبر الصحفى أن يقنع بأهمية قصة ما بطرق مختلفة، أى من خلال مضمونها الحقيقى (بأن يركز المخبر على ذلك الجانب من الخبر الأكثر أهمية وإثارة) أو عن طريق كتابة القصة بطريقة جيدة، بحيث لا يمكن للمحرر أن يتجاهلها.

وتساعد الموهبة و«القدرة على تشمم الأخبار»، كما قيل قديمًا، المخبر الصحفى فى العثور على قصة جيدة. ولكن الصحفيون يعرفون كذلك الحيل التى يستخرجون بها أهم ما فى الحدث الإخبارى. وما يدلل على هذا هو القصة المشكوك فى صحتها عن شخص موهوب فى صالة الأخبار كان يبدأ قصصه بـ«فى تطور آخر للصفحة الأولى اليوم...».

ويتجنب المحررون الإحراج الذى تسببه مثل هذه الطرق وهم يضعون القلم الأحمر على المادة التحريرية. ولكنهم يقدرون الصحفيين الذى يتمتعون بقدرات تنافسية. فهذه القدرات تدفع المخبرين للوصول إلى القصص الكبيرة. وكان بن

بـرادلى مـحـرر «واشنطـن بوست» المتقـاعـد يحـب الحديث عن المخـبرين الذين «فى جـوفهم نار» وكثيراً ما كـان يحرضهم على بعض من أجل الوصول إلى أحسن ما فيهم.

والقراء عادة ما يتلقون خدمة جيدة من الصحفيين الذين يتنافسون تنافساً شرساً للحصـول على الأخبـار وكتـابتهـا بطريقـة جديرة بالاهتمـام، بشرط ألا يعـتـمـد الصحفى على إثارة المشاعر أو المبالغة.

ولكن من الصعب تحاشى إثارة المشاعر، مع أن أفضل الصحف تزعم أنها لا تثير المشاعر. ومع ذلك فإن إلقاء القبض على أحد المشاهير بتهمة القتل يثير حتماً حرباً بين عدد غفير من الصحفيين من أجل الحصول على أشد الروايات سخونة. غير أن المبالغة خطيئة كبرى. ومثال ذلك مبالغة مخبر صحفى تحت التمرين فى إبراز الجانب المثير فى الخبر بما يؤدى إلى تشويه حقيقة الحدث.

ومجرد أن الصحفيين لا يسعون إلى إقناع المحررين بالقصص، بهدف جلب المال للناشر، لا يعنى أن الناشرين لا يقدر ون اهتمام القارئ الذى تثيره. فالأمر كله ينحصر فى الشيء نفسه من وجهة نظر الإ هو القراء الشغوفون والأرباح.

ومع ذلك فليس من الضرورى أنه كلما ازداد ميل الصحيفة نحو الإثارة كان تدفق الأرباح على حسابات الشركة أكبر. فقد ظلت صحيفة «نيويورك بوست» New York Post الشعبية تخسر المال مدة تزيد على العشر سنوات، وكان أحد الأسباب هو فقدانها لسوق الطبقة الراقية. وعندما حاول مالكها السابق روبرت مردوخ إقناع المعلنين بألا ينصرفوا عنها، يفترض أن مدير أحد المتاجر الكبرى رد عليه قائلاً: «ولكن قراءك يا مستر مردوخ هم من يسرقون البضائع من محلاتنا».

* * *

الفصــل الثالــث

مظهـــر الصحيفة

لماذا تكون بعض الأخبار « تحت الثنية » ؟

الصـحـيفـة أشبـه بدائرة مـعـارف يومـيـة . ولكن فى حين ترتب دائرة المعـارف المعلومات ترتيبًا هجائيًا ، فإنه يبدو من الوهلة الأولى أن الصحف خالية من أى مبدأ للتنظيم . ومع ذلك فهناك تنظيم . فالمحررون ومن يعاونونهم فى التوضيب كل يوم لديهم صيغ لجذب القراء للصحيفة ، ومن ثَمّ جرهم إلى داخل الصفحات . ومعرفة الطريقة التى يُقرأ بها توضيب أى صحيفة يمكن أن يفيدك فى معرفة الطريقة التى تُؤول بها القصص ذاتها كل على حدة .

ولنبدأ بالصفحة الأولى :

لقد وضع المحررون تسلسلاً هرميًا دقيقًا لمواضع القصص . فالقصة الرئيسية فى الصـحـيـفـة ذات القطع القيـاسى تكون فى الركن الأيمن الأعلى من الصـفـحـة الأولــى . [1] وقديمًا كان هذا هو الموضع الذى تعلن فيه العناوين الرئيسية الكبيرة بعرض الصفحة الأولى بالكامل عن حدث يهز الدنيا لجذب انتباه زبون محتمل . ولم تعد مبيعـات الشـوارع على قـدر كبير من الأهميـة . ولكــن كمـا أشرنا من

(١) الصفحة القياسية ١٤×٢٢ بوصة ، والقطع القياسى الآخر هو الصحيفة الشعبية (التابلويد) وهى أصغر حجماً وتمثل اعتبارات إخراج مختلفة . وربما كان الأمر الأكثر أهمية هو أنه من الصعب وضع أكثر من قصة على صفحة بها إعلان ، وفى أوقات عديدة من التاريخ جربت مقاسات أخرى للصفحات . ففى منتصف القرن التاسع عشر جرب بعض الناشرين الصحف « البريطانية » وكان مقاسها ٣×٥ أقدام ، وسمح لهم هذا المقاس بالتباهى بأنهم « أكبر » صحيفة فى المدينة .

قبل ، يقاوم التراث فى صناعة الأخبار مقاومة كبيرة . و«فوق الثنية» أعلى ترتيبًا مما هو «تحت الثنية» لسبب بسيط ، وهو أن القصص التى فى النصف الأعلى من الصفحة الأولى تكون مرئية عندما ترص الصحف فوق بعضها أو تعرض فى ماكينة بيع الصحف .

ويعقد المحررون المسئولون مسئولية تامة عن الصحيفة مؤتمرات إخبارية يومية مع مرءوسيهم من المحررين . ويمكن أن يقضوا حوالى الساعة يفكرون فيما ينبغى أن يظهر على الصفحة الأولى . والمغالطة الشائعة هى أنهم يشغلون أنفسهم فقط بتحديد أهم القصص التى سوف «يعرضونها» كأبرز ما يكون . وواقع الأمر أن المحررين يبحثون عن الأهمية والتنوع . ولا تتسم أى من العمليتين بأنها على قدر كبير من العلمية . وهذا هو السبب فى أن المحررين يقضون وقتًا طويلاً جداً فى ذلك .

ويحدد ألف جوديكونتز ، المحرر التنفيذى السابق لصحيفة « ريتشموند تايمز ديسبـاتش» Richmond Time Dispatch فى فيرجينيا واحدًا من أكبر أخطائه الإخبارية على أنه عدم إبراز وفاة إلفيس بريسلى سنة ١٩٧٧ بما يكفى . ومن السهل أن نرى السبب فى أن المحرر ربما اعتقد أن اختيار مدير جديد لمكتب التحقيقات الفيدرالى واستعداد الزعيم السوفيتى ليونيد بريجينيف للتفاوض مع الرئيس كارتر أكثر أهمية فى ذلك اليوم . ورغم ذلك فإننا لو عدنا للوراء لوجدنا أن وفاة إلفيس كانت بكل وضوح الخبر الكبير . وعلى أية حال فإن معظم الناس فى الوقت الراهن قد لا تسعفهم الذاكرة لمعرفة من الذى اختير مديراً لمكتب التحقيقات الفيدرالى ، بينما الكثيرون ما زالوا يفكرون فى مدلول ـ وحقيقة ـ وفاة إلفيس .

ولكى يحقق المحررون التنوع ، نجدهم يتحاشون نشر القصص المحلية أو القومية أو الدولية وحدها على الصفحة الأولى ، حتى ولو كانت أكبر الأحداث فى ذلك اليوم تقع جميعها فى نطاق فئة واحدة منها . ولكى يقدم المحررون المنتج الذى يهم كل فرد من جمهورهم المتنوع ، فإنهم بالمثل يبحثون عن التحقيقات الخفيفة الممتعة فى قـراءتها ، حتى وإن كانت تلك المقالات غير ذات صلة بالخبر الذى يتحدث عنه الناس .

وحجم العنوان الرئيسى ليس مقياسًا للأهمية يعتد به . فإخراج الصفحة الجذاب يعتمد على تنوع أحجام العناوين . كما أن الخبر الكبير فى أى يوم ليس دائمًا هو ما

يحدد صورة الصفحة الأولى فى ذلك اليوم. فيا حبذا لو كان لدى المحررين صورة تثير الاهتمام من الناحية البصرية وتتسم بحدة ألوانها، لكى توضع مع القصة الرئيسية على الصفحة الأولى. ولكن المحررين كثيراً ما يضعون صورة تتصل بقصة داخل الصحيفة، إذا كانت الصورة ممتازة إلى حد كبير وتحيى الصفحة. ومثل هذه الصورة لها فائدة جانبية تتعلق بإغراء القراء الذين يمرون أمام الصفحة الأولى. وفى محاولة «يو إس إيه توداى» لاجتذاب جمهور متنوع، اتبعت الصحيفة سياسة وضع صورة امرأة واحدة على الأقل وصورة لإحدى الأقليات على الصفحة الأولى كل يوم.

وتأثراً بـ «يو إس إيه توداى» وبأخبار التلفزيون، بدأ المحررون فى إعطاء وزن أكبر للقصص ذات الصور الجيدة. كما يسرت التكنولوجيا الجديدة تزيين الصفحة بالرسومات البيانية. ويخشى مديرو الصحف فى الوقت الراهن عدم استطاعتهم شراء أحدث المعدات، فى حين يخشون فقدان قرائهم. ونتيجة ذلك أن الصحف تستخدم المزيد من الصور الملونة والمحسَّنة. وفى الماضى ربما كان المخبر الصحفى يأخذ آلة تصوير معه عند كتابة قصة من القصص، وخاصة إذا كان يعمل فى صحيفة صغيرة. أما الآن فالمتوقع من المخبرين أن يعودوا ليس فقط بالحقائق التى يمكنهم أن يكتبوها، بل كذلك بالأفكار التى يمكن لفنان الجرافيك أن يحولها إلى رسوم توضيحية وجداول تنشر مع النص.

ولأن الصحف تحرص حرصاً كبيراً على إسعاد القارئ، فقد بدأت فى تفضيل القصص الخبرية القصيرة. فالناس يقضون وقتاً أقل فى قراءة الصحف؛ ولذلك فهم فى حاجة إلى قصص فى حجم اللقمة. وهم كذلك يكرهون إزعاج تقليب صفحات الجريدة فى كل مرة تكون فيها تتمة قصة من القصص الموجودة على الصفحة الأولى فى أحد الأقسام الداخلية [1]. وتؤمن «يو إس إيه توداى» بتقسيم

---

(١) ليس من السهل تخليص الصحف من التتمات. وما يلى هو ما ظهر فى صحيفة «ستار نيوز» Star-News فى باسادينا بولاية كاليفورنيا سنة ١٩٩٢: «لقد قطعنا عهداً على أنفسنا أمام قرائنا أن نقلل ‹التتمات›، وهى القصص التى تبدأ على الصفحة الأولى وتستكمل فى صفحة أخرى. وقد أبلغ القراء الصحف مراراً وتكراراً أنهم لا يحبون مثل هذه ‹التتمات› وقد عقدنا العزم على ترتيب صفحاتنا بحيث تنهى القصص على الصفحات التى بدأت عليها». وكانت المشكلة هى أنه لكى يطلع القراء على القصة الكاملة عند تغيير الإخراج، كانوا يضطرون لـ «القفز» إلى صفحة أخرى.

القصص التى يحتمل أن تكون طويلة إلى الكثير من القصص الصغيرة التى يمكن تجميعها معًا.

وإحدى القواعد الرئيسية الخاصة بإخراج الصحيفة هو أنها ينبغى أن تكون قابلة للتنبؤ بما فيها فى كل يوم، حيث تكون القصص المتشابهة فى نفس المكان. وهذا يسمى التبويب. فالصحف بها أقسام ثابتة تختص بموضوعات مختلفة: فهناك الأخبار القومية، والأخبار الخارجية، وأخبار الرياضة، وأخبار المال والأعمال، وهلم جرا. ويفترض أن يظهر الحظ وخريطة الطقس والكارتون فى نفس المكان إلى حد ما كل يوم. والقصص الخبرية الخاصة الأخرى لها كذلك أماكن فى مواضع عديدة من الصحيفة. ففى كل يوم، على سبيل المثال، تنشر صحيفة «لوس أنجلوس تايمز» قصة على العمود الأيسر من الصفحة الأولى.

والأقسام الخاصة، كالسياحة والمطبخ، تظهر فى نفس اليوم من كل أسبوع. وكثيراً ما تظهر أقسام المطبخ يوم الخميس؛ لأنه اليوم الذى ترغب فيه متاجر السوبر ماركت فى نشر إعلاناتها، وتظهر أقسام السياحة يوم الأحد، وهو يوم الفراغ وفيه يميل القراء إلى التفكير فى مكان قضاء العطلات. وتطغى اعتبارات الموضوع على القيمة الإخبارية. فبغض النظر عما يقع من أخبار كبيرة، يوجد الحظ فى مكانه المعتاد.

وكثير من مضايقات قراءة أية صحيفة ينبع من القيود التى تفرضها الأبعاد المادية للصحيفة. فوضع تتمات القصص فى الصفحات الداخلية من الصحيفة أمر ضرورى لوضع نماذج عديدة من القصص على الصفحة الأولى. والطريقة الوحيدة لتحاشى التتمات هى تقصير القصص، كما ذكرنا آنفًا.

ويقع جزء من اللوم على التاريخ فيما يتعلق بعدم كفاية التجريب الخاص بحجم الصحيفة، فقد تطلب إصدار تلك الصفحات العريضة إنفاق أموال ضخمة على شراء المعدات، الأمر الذى عوق التغيير ووضع المعيار الثابت للصحف.

والموقف مشابه فيما يتصل بالآلات الكاتبة . فالوضع الأصلى لمفاتيح الكتابة فى لوحة المفاتيح القديمة كان مصممًا بحيث يمنع الكاتب من الإسراع أكثر من اللازم وجعل الماكينة تعلّق وتتعطل . ومع ظهور الآلات الكاتبة الكهربية ومعالج الكلمات لم تعد هناك مشكلة . ولكن ليس هناك من يريد أن يتعلم نظامًا جديدًا أسرع ؛ ولذلك ظلت المفاتيح على ما هى عليه . والنتيجة أن المخبرين الصحفيين يكتبون على لوحة مفاتيح تقليدية متصلة بأجهزة كمبيوتر عالية القدرة ، وأنت تقرأ صحفًا بأحجام عتيقة ، رغم أنها تطبع على ماكينات طباعة على قدر كبير من التطور تنتج ألوانًا رائعة ورسومًا بيانية مذهلة .

كلام جانبى: قاموس الشيطان

أية صنعة تحظى بالاحترام لها لغتها الخاصة بأهلها ، وفى حالة الصحافة تميل لغة المهنة إلى أن تتسم بالمرض والعنف . وهذه بعض العينات :

ينزف bleed : الرسم التوضيحى الذى يدخل على هامش خارجى أو أكثر ، كما فى «الصورة نزفت على حافة الصفحة » .

ينفجر blow up : يكبر الشيء ، كما فى «كبِّر هذا الشخص» (فى الصورة)

الجسم body : الجزء الرئيسى من القصة الخبرية .

يسلق Boil : يصغر حجم القصة ويجعلها أكثر إيجازًا .

طلقة bullet : نقطة كبيرة ، تستخدم أحيانًا لجذب الانتباه إلى كل فقرة فى سلسلة تشكل قائمة .

يدفن bury : يخفى عبارة ما أو إحدى الحقائق داخل الجزء الرئيسى من القصة .

يذبح butcher : يدمر قصة جيدة ، كما فى «المحرر ذبح مادتى » .

يقطع cut : يقصر قصة ، وتستخدم كاسم بمعنى رسم توضيحى فى الصحيفة .

ميت dead : النص الذى استبعد أو «قُتل» .

موعد نهائى deadline : اللحظة الأخيرة التى يجب أن تكون فيها القصة الخبرية مكتملة.

لقطة رأس head shot : صورة تبين رأس الشخص ورقبته فقط.

ثغرة hole : شيء مفقود من القصة.

يقتل kill : يستبعد قصة أو يعلقها.[١]

المشرحة morgue : مكتبة الصحيفة، التى يحتفظ فيها بقصاصات القصص القديمة كي يمكن للمخبرين الصحفيين الاطلاع على ما سبق كتابته، إن رغبوا فى ذلك.[٢]

بثور pox : كلمة عامية يقصد بها الشرطة.

شاهد القبر tombstone : عنوانان رئيسيان موضوعان بجوار بعضهما فى صفحة بجريدة.

شباك window : سطر قصير فى نهاية الفقرة، والشباك محظور إذا كان هو السطر الأول فى صفحة من صفحات جريدة أو مجلة أو كتاب.

لماذا يقلب المخبرون الصحفيون الهرم؟

ورغبة فى اجتذاب أكبر عدد ممكن من القراء، تُكتب معظم القصص الخبرية لجمهور ذى قدرة على القراءة من الدرجة التاسعة[٣]. وربما لا تكون الكتابة شعراً، ولكنها تظل غير سهلة، فهى تقتضى مهارة ومراعاة لمجموعة خاصة من القواعد.

والقاعدة التى يسمعها طلاب الصحافة أكثر ما يسمعون تسمى «الهرم

---

(١) فى الوقت الذى كان يستخدم فى الرصاص المصهور فى الصف، كان الوعاء المخصص للحروف التى يتم التخلص منها «صندوق جهنم» hell box، ولكنه نادراً ما يستخدم الآن.

(٢) المشارح فى طريقها لأن تكون غير مواكبة للعصر نتيجة لقواعد المعلومات الإلكترونية المتطورة، التى تحفظ قصصاً من صحف عديدة وتسمح بالتالى للمخبرين بأن يسترجعوا ليس فقط أخطاءهم هم، وإنما أخطاء منافسيهم كذلك.

(٣) يقول خبير يعمل فى مشروعات تعليم القراءة والكتابة باستخدام الصحف إنها كانت فى السابق الدرجة الثامنة، غير أن الدرجة التاسعة فى الوقت الراهن هى تقريباً ما كانت الثامنة فيما مضى.

المقلوب». وطوال أجيال حكم هذا البناء القصة الخبرية القياسية. ولكى تفهم ما هو الهرم المقلوب، ارسم مثلثًا يقف على إحدى زواياه بدلاً من القاعدة، والمخبر الصحفى يضع أهم التفاصيل فى قمة القصة العريضة والمعلومات الأقل أهمية أسفل منها، وحينئذ يمكن تقصير القصة بسهولة، لو اقتضى الأمر ذلك، وذلك بقطع القاعدة على عجل.

وكما هو حال، العنوان الرئيسى فى الصفحة الأولى (المانشيت) والعناوين الكبيرة فى الصفحات الداخلية، فالهرم المقلوب له قصة هو الآخر. فمع اختراع البرق (التلغراف) لم يكن بوسع المخبرين الصحفيين إرسال الأخبار لمسافات طويلة بسرعة. وكانت المشكلة هى التكاليف المرتفعة لإرسال البرقيات واحتمال حدوث انقطاع فى الخدمة. ولكى يستفيد المحررون من التكنولوجيا الجديدة ويقللون من المخاطر، دعوا إلى هجر الكتابة الملتوية المنمقة التى لا تتجه إلى الهدف مباشرة. وبتحاشى السرد ذى البداية والوسط والنهاية الواضحة، سهل المحررون الأمر على أنفسهم كذلك. فقد صار بإمكانهم وضع قصة ما فى مكان محدد دون بذل جهد كبير. يضاف إلى ذلك أن إيراد النقاط الرئيسية للحدث الإخبارى فى بداية القصة يعطى إحساسًا بأنها عاجلة، مما يفيد الصحيفة ـ وخاصة الصحيفة التى تنافس لكى تحظى باهتمام القراء المشغولين. وعلى خلاف القصيدة أو القصة القصيرة، ليس القارئ مضطراً للاستمرار فى القراءة حتى النهاية كى يدرك المدلول.

وإعادة ترتيب الواقع ليكون بهذا الشكل ليس بالسهولة التى يبدو عليها. تخيل نفسك مخبراً صحفيًا يغطى اجتماعًا لمجلس إدارة إحدى المدارس استمر أربع ساعات، ويضم جدول أعماله اثنى عشر بنداً. وعندما ينفض الاجتماع يكون لديك حوالى ثلاثين دقيقة على الوقت النهائى لكتابة ٣٥٠ كلمة ـ أو إبلاغها بالتليفون ـ عما حدث. وبينما تفكر فى العديد من الخيارات، تعى أن كل ما ينبغى أن يعلمه الجمهور عن اجتماع مجلس إدارة المدرسة هذا فى يديك المبللتين بالعرق ـ وفى أيدى المنافسين.

وطريقة معالجة هذه القصة على وجه الخصوص تختصر فى واقع الأمر إلى أحد

منهاجين تقليديين. فكما أشرنا فى قسم سابق، تحاول البداية المختصرة للقصة الصحفية التقاط جوهر الحدث. وتستهدف بداية اللقطة الواحدة البند الذى يستحق أكثر من غيره أن يكون خبراً ـ أو البند الذى تعتقد أنه يستحق أكثر من غيره أن يكون خبراً [1]. وحينئذ يكون عليك تقرير ما تكتبه بعد ذلك. هل تورد تفاصيل ما جاء فى بداية القصة، أم تنتقل إلى معلومات جديدة؟ وعند أية نقطة تُنشِّط القصة باقتباس جيد أو بالتفاصيل الحيوية؟ وما مقدار الحاجة إلى الخلفية لشرح السياق؟ وأى المعلومات تستبعد؟

بينما تنطوى هذه جميعًا على إصدار الأحكام، فإن لدى الصحفيين بعض القواعد الواضحة. وكما ذكرنا آنفًا، فإن كل منها يجيب عن من، وماذا، وأين، ولماذا، وكيف. وهذا هو القانون الصحفى الخاص بأدوات الاستفهام الخمس. ويعرف الصحفيون كذلك أن كتابة الأخبار الجيدة تعرض الأمر دون أن تقول فيه رأيًا، وهو ما يعنى أنها خالية من الصفات التى تنم عن إصدار الأحكام، ومن اللغة التى تستغلق على الفهم، ومن العبارات المعقدة. فالقصة الخبرية لا بد أن تكون جذابة دون تضحية بالدقة، أو جوهر الموضوع، أو التوازن، أو الذوق، أو السياق، أو الأسلوب، أو وثوق الصلة بالموضوع، أو مراعاة الوقت.

وقد اختلفت قواعد الكتابة الواضحة من عصر إلى آخر، ولكن الأبحاث أظهرت أن الكلمات البسيطة والجمل القصيرة المباشرة هى الأسهل فى القراءة. وابتكر العالم اللغوى أسترالى المولد رودلف فيش، المتخصص فى تحليل أصول الكلمات الذى أصبح رائداً فى دراسة مدى قابلية الإنجليزية الحديثة للقراءة فى الأربعينيات والخمسينيات، صيغة لكتابة الأخبار دعت إلى المحافظة على أن تتكون الجملة من سبع عشرة كلمة أو أقل. واليوم كثيراً ما نرى جملاً تبلغ كلماتها المائة، وتكون أقل اتساقًا مع المقدمة التى تلخص القصة.

وهذا التغيير جزء من تحول أكبر طرأ على كتابة الأخبار. فقصة «الخبر الخطير» (كمقابل للتحقيق القصير أو التحليل) أكثر مرونة فى الوقت الراهن عما كانت عليه

---

(١) كلمة مقدمة lead لها معنيان فى الصحافة: فهى تشبه المقدمة أو الديباجة التى يقولها مندوب المبيعات للزبون المحتمل، أو الفقرة الأولى من القصة الخبرية.

فى الماضى. ومن بين أسباب ذلك أن المنافسة من جانب التلفزيون، الذى يمكنه أن يقدم الخبر بعد ثوان من حدوثه، قضت على أهمية أن تكون القصص المطبوعة عاجلة. ويسَّر الكمبيوتر إطالة القصص الخبرية، وليس فقط قطع النهاية لجعلها ملائمة للإخراج (وهو ما يقوم به قسم الطباعة دون حتى الرجوع إلى المحررين). وأخيراً يبحث المحررون عن الكتابة الأكثر جاذبية أملاً فى أن تحول دون هبوط عدد القراء.

ونتيجة لذلك تستأجر صحف كثيرة مدربين للكتابة، كما يركز المخبرون الصحفيون على السياق ورواية القصة أكثر مما كانوا يفعلون فى الماضى. وفى وقت غير بعيد، كانت القصة الرئيسية (المانشيت) فى «نيويورك تايمز» هى الخبر الخطير الذى يحدث دوياً وحسب. أما الآن فيمكنك أن تجد قصة رئيسية مثل تلك التى فى عدد ٢٧ مارس ١٩٩٥ وتصف اتجاهًا ما: «بسرعة كبيرة أذهلت الكثير من خبراء الطب، تنزل الاختبارات الوراثية - التى تبين إن كان الشخص عرضة للإصابة بالسرطان أم لا - الأسواق».

وخلال تجربة مناهج أخرى إلى جانب الهرم المقلوب، يتحدث مدربو الكتابة عن أسلوب «كأس الشمبانيا». وهذا الشكل من الكتابة يضع المعلومات المهمة فى القمة والمادة المساندة فى الساق الوسطى، أما القاعدة فهى فى صورتها المثالية خاتمة تتسم بالحيوية وتعد «مكافأة للقارئ»، كما يقول المحرر المخضرم ريتشارد دودمان.

ولكن عندما يتصل الأمر بتوصيل المعلومات الأساسية ببراعة، لم يجد أحد حتى الآن نموذجًا أفضل من الهرم المقلوب القديم. وما يشغل كثير من المحررين، الذين يحاولون الحصول على كتابة أفضل فى الصحيفة، هو أن الابتعاد عن التقاليد سوف يشجع المخبرين الصحفيين الصغار على التركيز على أن يكون كل منهم هيمنجواى القادم على حساب الوصول إلى الحقائق.

وهناك قول شائع فى أوساط الأخبار، وهو أن «القصة الجيدة تكتب نفسها». وما يوحى به ذلك هو أن المعلومات على قدر كبير من الجاذبية، بحيث لا تجد نفسك مضطراً فى واقع الأمر للتفكير فى الطريقة التى تقدمها بها. وكانت النشرة الأولى لوكالة «الأسوشيتد برس» حول إطلاق النار على لنكون هى «إطلاق النار على

الرئيس فى أحد المسارح الليلة، وربما يكون قد جرح جرحًا قاتلاً » . مثل هذه المقدمات الجادة مازالت ناجحة حتى اليوم فى القصص الخبرية المدوية [1] . ولكن ماذا لو كنت مضطراً لكتابة قصة خبرية متروية عن الهبوط على القمر؟ هذا الأمر يمكن أن يشل تفكير أكثر المحترفين خبرة.

وكتب سومرست موم يقول: «أن تكتب كتابة جيدة أمر فى صعوبة أن تكون إنسانًا جيداً». وبعض الصحفيين لديهم مواهب أدبية عظيمة، بل إنهم يكتبون الشعر من حين لآخر. [2]

لماذا لم يظهر نعى الجدة فى الطبعة الصباحية ؟

دعونا نوضح أمراً ما الآن، وهو أنه لم تكن للجدة علاقة بهذه المسألة. صحيح أنها لو كانت مشهورة لكان. . . . ولكن هذا شأن آخر.

ففى هذه الحالة ربما يكون الصحفى حليفك أكثر منه خصمك. فقد كانت رغبة المحرر فى أن يظهر نعى جدتك فى الصحيفة بقدر رغبتك تقريبًا. ولكن الآثم فى هذه الحالة هو المساحة ـ أو بالأحرى عدم كفايتها. وهذه تسمى بلغة الصحافة «ثغرة»، وهو المساحة التى تخصص فى الصحف اليومية للأخبار كمقابل للإعلانات [3] .

---

(١) بدأت القصة الرئيسية فى «واشنطن بوست» بشأن محاولة اغتيال الرئيس ريجان سنة ١٩٨١ كما يلى: «نجا الرئيس ريجان من محاولة اغتيال أمس، عندما أطلق مسلح يحمل مسدسًا كان بين المخبرين والمصورين الصحفيين على الرصيف خارج فندق هيلتون واشنطن طلقة فى صدره ». وهذه مقاربة تلقى احترامًا بسبب قدمها، غير أن الصحف فى الوقت الراهن تعطى مساحة أكبر كذلك للخلفيات التى لا تستخدم أسلوب الهرم المقلوب. ويكيف التلفزيون الكثير من هذه القصص. وهذا تقرير من الصفحة السادسة من «نيويورك تايمز»: «بدأ عرض أشرطة فيديو لمحاولة اغتيال الرئيس ريجان على ثلاث شبكات تلفزيون كبرى بعد أقل من نصف ساعة من إطلاق النار عند فندق هيلتون واشنطن أمس، وما تبع ذلك كان توثيق جرافيكى من زوايا تصوير مختلفة للمحاولة التى استهدفت حياة الرئيس ».

(٢) أمام دهشة زملائه الصحفيين، كتب المخبر الصحفى فى مجلة «تايم » ستروب تالبوت قصيدة نشرت فى صحيفة «ذا نيويوركر» The New Yorker، وما يبين اتساع قاعدته المعرفية أنه واصل ترقيه ليصبح نائب وزير الخارجية فى حكومة كلينتون.

(٣) المصطلح المستخدم لوصف كمية الإعلانات هو linage (ويعنى ما يدفع مقابل نشر مادة ما فى الصحيفة حسب عدد الأسطر).

وثغرة الأخبار أحد الحقائق الأساسية فى حياة الصحف. فالمحررون يحيون عن طريقها وهم متذمرون. والمخبرون يعافونها. والسبب هو أنها لا تخضع لسيطرتهم إلى حد كبير. وحجم ثغرة الأخبار يمليه مقدار الإعلانات المقرر نشرها فى إحدى طبعات صحيفة من الصحف. وإذا كان عدد بوصات الإعلانات كبيراً فى يوم من الأيام، تكون المساحة المخصصة للأخبار أكبر بكثير، والعكس صحيح.

وهذه هى الطريقة التى يعمل بها نظام المساحة بصورة تقليدية فى إحدى الصحف الصباحية اليومية (وهى الصحيفة التى تذهب للمطبعة فى وقت متأخر من المساء وتوضع على عتبة بابك قبل الإفطار):

كل يوم حوالى الساعة الحادية عشرة صباحًا يرسل قسم الإعلانات إلى المحرر مجموعة من الماكيتات التى تبين الإعلانات التى تم تسكينها بالفعل فى صحيفة اليوم التالى؛ وهنا يقوم المحلل بعمل حسبة سريعة ويصل إلى رقم - لنقل ١,٠٢٠ - لعدد بوصات الأعمدة التى تشكل ثغرة الأخبار فى ذلك اليوم.

ويحدد لكل قسم من الأقسام - الأخبار القومية والدولية، والأخبار المحلية، والرياضة، وأسلوب المعيشة - ثغرة الأخبار الخاصة به. وربما يكون لقسم المحليات فى الصحيفة ثغرة أخبار صغيرة؛ لأن هناك القليل من الأخبار المحلية. ولكن القسم الذى يتناول الأخبار القومية قد تكون له مساحة غير متوقعة فى ذلك اليوم؛ لأن إحدى شركات الطيران قررت الإعلان عن أسعارها الجديدة للرحلات المتجهة إلى منطقة البحر الكاريبى. والمعلنون يفضلون أقسامًا على غيرها. فمتجر بيع الحدايد المحلى قد لا يرغب فى أن يظهر إعلانه فى القسم الدولى؛ لأنه يعتقد أن هذا القسم لن يقرأه الكثيرون ممن يشترون العدد والأدوات.

وقليلون من صالة الأخبار هم الذين يعرفون حجم ثغرة الأخبار المحدد - لذلك اليوم. ولا يعير المخبرون الصحفيون هذا الأمر أهمية. فهم يتلقون تكليفاتهم ثم يمضون فى كتابتها، وهدفهم هو السعى الجاد لنشر قصتهم فى صحيفة الغد. ويمكن التضحية بقصة كتبها شخص آخر. وفى تلك الأثناء يفكر المحررون فى أشياء مثل «كيف يمكننى حشر قصة طولها عشرون بوصة فى ثغرة مقدارها عشر بوصات؟».

وقليل جداً من أجزاء أية صحيفة معزول عن تقلبات السوق هذه، إلا أن الصفحة الأولى واحدة منها. ففى معظم الصحف لا يسمح بأية إعلانات على الصفحة الأولى. وفى بعض الأحيان تخصص مساحة فى الصفحة الأولى لإعلان مبوب صغير جداً . ولكن متشددى صالة الأخبار يتبرمون من مثل هذه التعديات.

ومع أن الصفحة الأولى غير قابلة للمساس، فغالبًا ما يشعر جانب إعداد الأخبار بإساءة من جانب تقلبات قرارات الإعلان على الصفحات الداخلية. ويمكن لحجم ثغرة الأخبار على وجه الخصوص أن يتغير على مدار اليوم، ويكون تغيره شديداً فى بعض الأحيان. وعمومًا فإن أية صحيفة بها عدد مزدوج من الصفحات ؛ لأنها لابد أن تملأ وجهى كل ورقة من أوراقها (ويأتى ورق الصحف فى بكرات ضخمة يتم تقطيعها بعد وصولها إلى المطابع). وإذا احتل إعلان ما جانبًا بكامله من الصفحة، فلابد من ملء الجانب الآخر بشىء ما. والمحرر الذى لديه أكثر مما يلزم الصفحة من الأخبار قد يجد فى هذه الحالة أن ما لديه غير كاف. وفى هذه الحالة يتجه المحرر إلى الدرج (ويقوم مقامه الكمبيوتر حاليًا) للحصول على تحقيق صحفى قصير «خفيف» غير مرتبط بوقت معين وينتظر أن يرى الضوء.

ومن الممكن أن يحدث العكس كذلك. فيمكن أن يتم تسكين إعلان يشغل الصفحة بكاملها ويختفى نصف الصفحة الآخر الذى سبق تخصيصه للأخبار، أو قد يأتى المزيد من الإعلانات، وبالتالى تتقلص المساحة المخصصة للأخبار. وتلخص الدراسة التى أجرتها جين هاريجان فى إحدى الصحف اليومية رد فعل ذلك حين تقول: «فى أية ليلة تكون فيها ثغرة الأخبار ضيقة، تلعن المسئولة عن إعداد المادة التحريرية هيمنة الإعلان وهى تحذف بوصة أخرى من قصة خبرية تعرف أن صاحبها سوف تثور ثائرته فى الصباح، عندما يرى الصحيفة».

وثغرات الأخبار المنكمشة أكثر من المتسعة. وهذا قانون ثابت فى الصحافة الأمريكية، وهو ما حدث لنعى الجدة.

الصحف لها تركيبها التشريحى. وكما هو حال أعضاء الجسم البشرى، تؤدى قصص من أنماط عديدة وظائف مختلفة، فى الوقت الذى تعمل فيه معًا. وبعضها أعضاء حيوية، والبعض الآخر زوائد على مهمة الصحيفة.

والأخبار الجادة هى قلب الصحيفة، وهى ما حدث خلال الأربع والعشرين ساعة المنصرمة، من قبيل «تصادم سيارتين أدى إلى مقتل عشرة أشخاص على الطريق رقم ١٠»، و«أعلن العمدة لاثام أن جنرال إلكتريك تعتزم إقامة مصنع جديد فى بكرنجتون» و«ارتفع مؤشر داو جونز للشركات الصناعية الكبرى بمقدار عشر نقاط وسط انخفاض فى أسعار التعامل».

وكما بينا فى فصول سابقة، تريح صيغة الأخبار الجادة الصحفيين من عناء الاختيار، فإن عليهم تنظيم المعلومات بشأن ما لا بد أنه الموضوع الجدير بأن يكون خبراً، وهم يبنون القصة من خليط من المعلومات والاقتباسات. ومع أن قدراً كبيراً من الأحكام يدخل فى نقل الخبر الجاد، فإن هناك حدوداً واضحة مفروضة على الصحفى، وتحظى أدوات الاستفهام من وماذا وأين ومتى بقدر من الاهتمام يزيد عما تحظى به لماذا وكيف.

ولكى يصل الصحفيون إلى هذين الجانبين المحيرين من الخبر، فإنهم يقومون بما يسمونه تندراً «مصاص الإصبع». وهذه هى القصة التى تفسر أهمية الخبر، وهى موجودة كذلك فى أقسام الأخبار من الصحيفة ويكتبها نفس المخبرون الذين يغطون الأخبار الخطيرة. وحقيقة الأمر أن كل صحيفة جيدة تغار بشدة من مصداقية هذه القصص كمصدر للأخبار الموضوعية، لدرجة أنها تصفها بأنها «تحليل إخبارى» لكى لا تختلط بالأخبار الجادة. وحتى فى هذه الحالة لا يكون الهدف هو تقديم رأى المخبر الصحفى فى الخبر، بل وضع الخبر فى سياقه.

والتحقيقات الصحفية القصيرة تستعمل أحيانًا، وفى أحيان أخرى لا تستعمل. وفى كلتا الحالتين يكون المقصود هو تقديم زاوية من زوايا الاهتمام الإنسانى. وكثيراً ما تكون التحقيقات القصيرة متصلة بالأخبار. مثال ذلك الحزن الشديد الذى

تشعر به الزوجات اللائى ينتظرن إخراج أزواجهن من المنجم المنهار. ولكن التحقيقات القصيرة يمكنها كذلك أن تكون قصصًا مستقلة. وقصة رجل المطافئ الذى أنقذ القطة من على الشجرة من هذا النوع. كما تستغل التحقيقات القصيرة روح الدعابة وإثارة العواطف.

وتظهر الأعمدة الموقعة فى أجزاء مختلفة من الصحيفة. وهى عادة ما تقدم آراء كتابها الشخصية. وفى هذه الفئة تجد مراجعات الأفلام السينمائية، والتعليق السياسى، ونصائح الاستثمار. ولكن المكان الرئيسى للرأى المطلق هو صفحة الافتتاحية وصفحة الرأى.

وبينما يكتب الأخبار الخطيرة والتحليلات الإخبارية والتحقيقات القصيرة المخبرون الصحفيون فى أقسام الصحيفة المختلفة، هناك فريق منفصل لكتابة الافتتاحيات. وفى الصحف الكبرى يلتقى كتّاب الافتتاحيات كمجلس تحرير لتحديد رأى الصحيفة بشأن قضية ما أو حدث من الأحداث. وفى بعض الصحف يرأس المحرر مجلس التحرير، وفى صحف أخرى يتولى الناشر رئاسة المجلس. وفى كلتا الحالتين يكون هناك تفريق واضح بين الافتتاحيات وما يظهر على صفحات الأخبار.

والنموذج الكلاسيكى لهذا التقسيم هو صحيفة «وول ستريت جورنال». فصفحة الافتتاحية فيها تعرض وجهة نظر محافظة، بينما تضم صفحات الأخبار فيها قصصًا كثيرًا ما تكون فى غير مصلحة الأعمال التجارية وإيجابية بشأن القضايا الليبرالية. وخلال التحقيقات الخاصة بالرئيس كلينتون التى أجراها المحقق الخاص روبرت فيسك الابن، ظهر مانشيت «وول ستريت جورنال» يقول: «فيسك يبدأ بداية سريعة فى تحقيقات وايت ووتر بالتقدم بقوة على كل الجبهات». فى حين كان العنوان الذى فى صفحة الافتتاحية: «تغطية فيسك الثانية». وجاء فيما قاله مدير مكتب الصحيفة فى واشنطن أن «هناك هذا التقليد الذى يختص ليس فقط بالفصل وإنما بالمنافسة ـ أو العداوة».

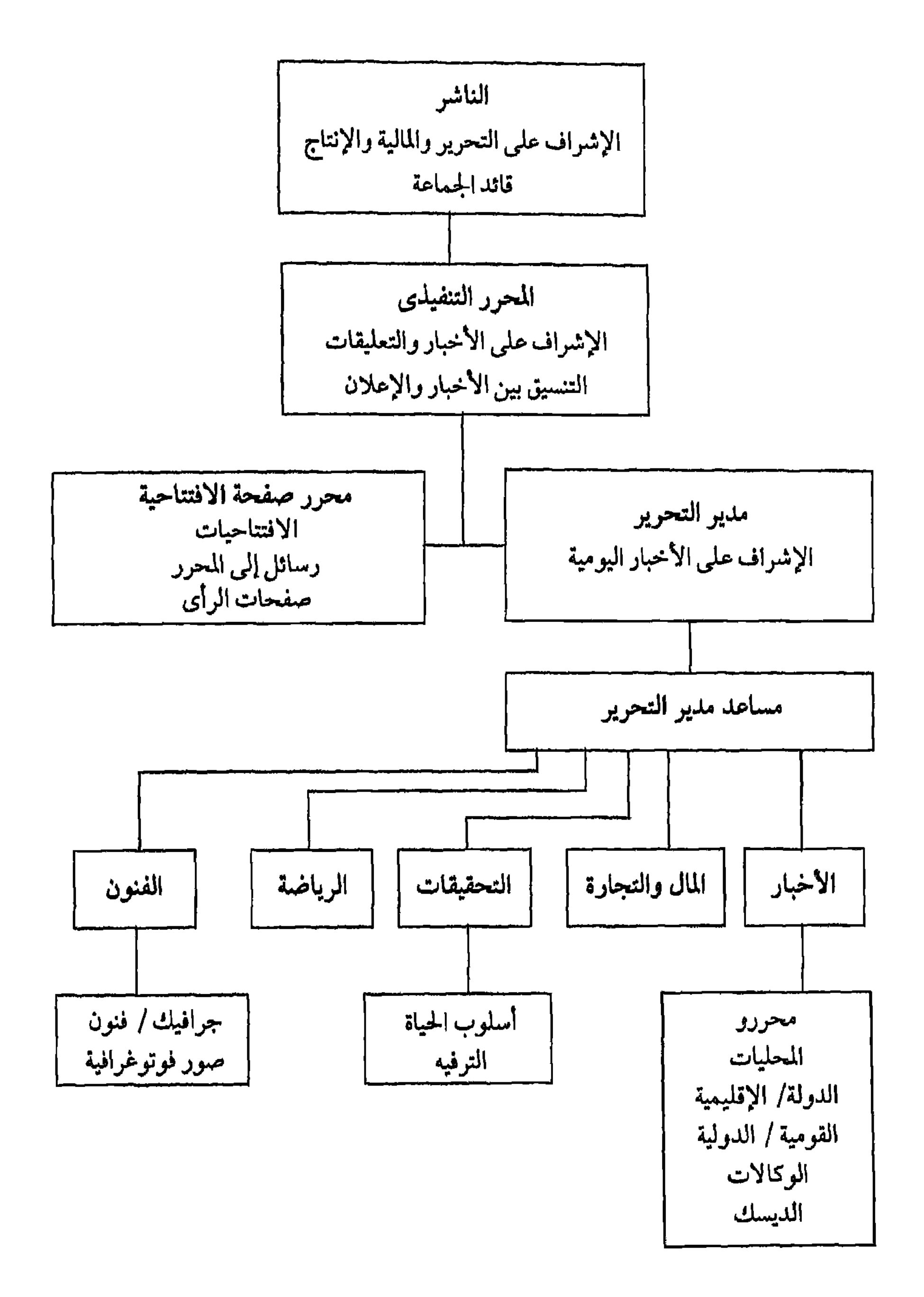
والافتتاحيات لا تحمل أية توقيعات. وهى تقدم باعتبارها رأى الصحيفة. أما

صفحة الرأى، وهى اختراع قدمته من سنوات بعيدة صحيفة «نيويورك ورلد» New York World التى توقفت عن الصدور من مدة طويلة. فتحمل آراء موقعة. وفى بعض الأحيان تأتى من أحد المحررين فى الصحيفة، وديفيد بوردر من «واشنطن بوست» مخبر صحفى وكاتب عمود بها. إلا أنه كثيراً ما يكتب فى صفحة الرأى إما كتّاب أعمدة يعملون كل الوقت وحرفتهم هى الرأى، أو يكونون أفراداً من الجمهور، هم عادة من الخبراء الذين لديهم ما يقولونه، وبعض الصحف العالمية تتلقى فى اليوم الواحد ما يصل عدده إلى مائتى مساهمة فى صفحة الرأى من أشخاص يرغبون فى إخراج شىء من صدورهم. ومعظم الصحف تستخدم واحدة أو اثنتين فقط منها. وعادة ما تحاول الصحف نشر ما يكتبه معلقون مختلفون فى صفحة الرأى بها. وحتى فى حالة الرأى، تسعى الصحف إلى أن يكون هناك توازن.

والحدث الإخبارى الواحد يمكن أن يقود إلى كل نمط من أنماط القصة المذكور آنفًا. فقد يكون الخبر الخطير هو أن الكونجرس صوّت ضد زيادة الضرائب، وقد يكون التحليل الإخبارى هو أن المخاوف السياسية الخاصة بسنة الانتخابات هى التى أدت إلى هذه النتيجة. وقد يتطلع التحقيق القصير إلى معرفة دوافع عضو من أعضاء الكونجرس كان يرغب فى التصويت بالموافقة، ولكنه خشى ردود أفعال الناخبين. أما صفحة الافتتاحية فقد تلوم الكونجرس على عدم شجاعته. فى حين يعبر كاتبا الأعمدة جورج ويل (المحافظ) وويليام راسبرى (الليبرالى) عن وجهتى نظر متعارضتين فى صفحة الرأى.

كلام جانبى: تنظيم الصحيفة

يبين هذا الشكل التالى الهيكل التقليدى لإدارة التحرير فى إحدى الصحف التى يتراوح توزيعها بين ٥٠ و١٠٠ ألف نسخة. ويختلف الهيكل تبعًا لحجم الصحيفة. وفى الصحف الصغيرة يشارك الناشر بصورة أكبر فى العمليات اليومية، ويشرف على صفحة الافتتاحية.


الناشر
الإشراف على التحرير والمالية والإنتاج
قائد الجماعة
المحرر التنفيذى
الإشراف على الأخبار والتعليقات
التنسيق بين الأخبار والإعلان
محرر صفحة الافتتاحية
الافتتاحيات
رسائل إلى المحرر
صفحات الرأى
مدير التحرير
الإشراف على الأخبار اليومية
مساعد مدير التحرير
الأخبار
المال والتجارة
التحقيقات
الرياضة
الفنون
محررو
المحليات
الدولة/ الإقليمية
القومية / الدولية
الوكالات
الديسك
أسلوب الحياة
الترفيه
جرافيك / فنون
صور فوتوغرافية

عندما يشكو القراء من قصة فى صحيفة ما، فغالبًا ما يشيرون فى شكواهم إلى العنوان، وليس إلى ما تحته. والمخبرون الصحفيون يعرفون هذا جيداً. فهم كذلك يضجون بالشكوى عندما يُخرج المحررون قصة ما عن خطها، بعنوان مضلل أو غير دقيق.

ولا يكتب المخبرون العناوين إلا فى أصغر الصحف. والعناوين يضعها محررو الديسك الذين يصورون فى أفلام الأبيض والأسود وهم يضعون حافة قبعة على جبهتهم وواق أسود على أكمامهم، وينكبون على مكاتبهم المكدسة بالأوراق، وعلى وجهوهم المتجهمة تكشيرة دائمة.

ولابد أنّ جَعْلَ هؤلاء المتخصصين يكتبون العناوين يؤدى إلى مزيد من الدقة، وليس أقل من ذلك. فما المشكلة إذن؟ هل قسم المراجعة، الذى يعملون فيه، ما هو إلا مياه صحفية راكدة يضع فيها المحررون من لا يوثق فيهم فى أعمال نقل الأخبار الصحفية الحقيقية؟

وفى حين يكون من السهل وصف محررى الديسك بالعجز، نجد أن العمل نفسه هو الذى يسبب المشكلة. فكاتب العناوين عليه أن يحشد معنى القصة فى عدد قليل من الكلمات. ولابد أن يتحقق ذلك بدقة، وبحيوية إن أمكن. وغالبًا ما يكون من اللازم عمل ذلك على وجه السرعة؛ (حيث يشاع عن المخبرين الصحفيين أنهم يتأخرون فى الوفاء بالمواعيد النهائية المحددة لموادهم الصحفية). وكما هو حال من يبنون السفن داخل الزجاجات، لابد أن يقوم كتّاب العناوين بأعمال سحرية فى مساحات متناهية فى الصغر.

وعندما تتم كتابة العناوين بطريقة جيدة، فهى غالبًا ما تكون أمرًا مسلمًا به. ولكن عندما تتم بطريقة سيئة، فإنها تثير الغضب، أو المرح، أو السخرية. ومن بين أمثلة ما يمكن أن يكون خاطئًا: «مدرب يبيع زوجته عند الانتقال إلى ديتون». وإذا كان العنوان جيدًا يصبح مستحقًا للذكر مثل القصة الجيدة، فقد أدى رفض الرئيس فورد فى سنة ١٩٧٥ تقديم مساعدات مالية لمدينة نيويورك إلى هذا النموذج المشهور فى «ديلى نيوز»: «فورد للمدينة: موتى». وهناك عنوان كلاسيكى آخر ظهر فى

الصحيفة الفنية «فارايتى» Variety سنة ١٩٣٥ على قصة تقول إن مجتمعات المزارعين لا تدفع المال كى تشاهد أفلامًا عن نفسها : « Sticks Nix Hicks Pix» [أفلام المزارعين تافهة ومملة].

والعناوين أغراضها عديدة، وهى تلخيص القصة، ولفت الانتباه للقصة، والإشارة إلى الطريقة التى ترى بها الصحيفة أهمية القصة؛ ولكى يتحقق هذا، تدخل عدة متغيرات فى عملية اتخاذ القرار، من بينها حجم الحروف، وعرض العنوان وعمقه، وأحيانا شكل الحروف المستخدمة.

وفى الوقت الراهن أدى الكمبيوتر إلى تسهيل هذه المهمة، حيث يقوم بقياس المساحة ويساعد فى إيجاد المترادفات وغير ذلك، إلا أنه لم يحل بعد محل العقل الخصب، عندما يتعلق الأمر بالتقاط جوهر القصة بحيوية ووضوح. ولا يمكن للكمبيوتر أن يمنع محررى الديسك من الكتابة بأنفسهم فى الأجزاء التى تحتاج إلى مهارة فى التعامل معها.

وغموض لغتنا يمثل واحدًا من أكبر الشراك، مثل العنوان الذى يحمل معنى مزدوجًا : «Mayor Gets Girl's Calf» [كلمة calf تعنى عجل وتعنى سمانة الساق، ومعناه أن العمدة يأخذ عجل فتاة أو سمانة ساق فتاة] [(١)] أو «Alabama Bars Financing Gay Groups» [وهو يعنى إما بارات ألاباما تمول جماعات الشواذ، أو محاكم ألاباما تغرم جماعات الشواذ] أو Man Freed in Business-man's suit [فكلمة suit تعنى بدلة وتعنى قضية، فيكون المعنى إما مرتديًا بدلة رجل أعمال، أو فى قضية رجل أعمال، وهو المعنى المقصود] أو Reporter Fin-ishes Sentence – [وهذا العنوان إما أن يكون: مخبرًا صحفيًا ينهى الجملة، أو مخبرًا صحفيًا ينهى فترة السجن، وهو الأوقع]، والمعانى المزدوجة يمكن كذلك أن تخلق الفرص للدعابة: « Nudes Pinched in Art Gallery Theft » [فكلمة pinch تعنى يسرق أو يلقى القبض على شخص، وبذلك يكون العنوان إما «إلقاء القبض على عراة فى حادث سرقة معرض أعمال فنية»، أو «سرقة لوحات عارية من معرض للأعمال الفنية»]، و Man Held in Stolen Watch Case [وتعنى

(١) العبارات التى بين قوسين [] ليست من النص الأصلى وإنما تعليق من المترجم. (المترجم).

case قضية وظرف، وبالتالي يكون معنى عبارة stolen watch case إما قضية سرقة ساعة أو ظرف ساعة مسروقة، ويكون العنوان إما «حبس رجل فى قضية سرقة ساعة» أو «حبس رجل داخل ظرف ساعة مسروقة»].

وتأتى بعد ذلك مشكلة إبدال الأسماء والأفعال بالصفات: President Gives Poor Advice on Jobs . فى هذه الجملة كلمة poor يمكن أن تكون صفة بمعنى ضعيف، وبالتالى يكون العنوان: «الرئيس يقدم نصائح ضعيفة بشأن الوظائف»، ويمكن أن تكون اسمًا بمعنى الفقراء، وهنا يكون العنوان هو «الرئيس يقدم نصائح للفقراء عن الوظائف»] و «Candidates Arrested at Rally for Striking Workers» [فكلمة striking يمكن أن تكون فعلاً بمعنى يضرب، أو صفة بمعنى مضرب عن العمل. وفى الحالة الأولى يكون العنوان «القبض على مرشحين فى اجتماع بتهمة ضرب عمال»، أما فى الحالة الثانية فهو «القبض على مرشحين فى اجتماع للعمال المضربين»]. كما أن ترتيب الكلمات غير الملائم يخلق مشكلة من نوع آخر. ومن أمثلة ذلك « Aid Sought for Every Child by President [والعنوان يحتمل أن يكون «هيئة المعونة بحثت عن أطفال أنجبهم الرئيس» أو «سعى الرئيس إلى تقديم العون لكل طفل»] و«Woman Dies Defending Gift from Muggers» [ويعنى إما «وفاة امرأة دفاعًا عند هدية من بلطجية» أو «وفاة امرأة وهى تمنع بلطجية من سرقة هدية» ويرجع السبب فى ذلك إلى موضع كلمة from].

وفى بعض الأحيان يعمى القدر محرر الديسك المسكين. فذات مرة نشرت صحيفة «أريزونا ريببلليك» قصة بعنوان «مراهقات جريئات جنسيًا»، وظهرت هذه القصة بجوار إعلان يقول «أفضل هدايا للرجال».

والخطأ الإملائى يمكن أن يعنى كارثة، مثال ذلك Judge Rapes Defense At-Atorney in Assault Case [فكلمة rapes فى هذا العنوان معناها يغتصب، وبذلك يكون «قاض يغتصب محامية الدفاع فى قضية تعدى». فى حين أن الفعل المقصود هو raps بمعنى يوبخ]. وأخطاء العناوين هذه (وهى ليست سوى نوع من الإهمال) مصدر أذى للصحف لأنها شديدة الوضوح ولا ينساها الناس. وهناك خطأ ما زال يذكره الكبار، وكان عنوانًا فى «واشنطن بوست» يقول إن الرئيس

فرانكلين روزفلت اضطر لإلغاء مؤتمر صحفى لأنه أصيب بنزلة برد: FDR in Bed with Coe] بدلاً من أن يكون العنوان «فرانكلين روزفلت فى الفراش بسبب البرد» أصبح «فرانكلين روزفلت فى الفراش مع طالبة بكلية مشتركة» والسبب هو كتابة coed بدلاً من cold].

ولا تبذل الصحف جهداً كبيراً فى كل الأحوال من أجل كتابة عناوين جذابة. وقبل أن تصبح الصحيفة بحق وسائل إعلام جماهيرية فى منتصف القرن التاسع عشر، كانت العناوين تستخدم لمجرد تنظيم المعلومات على الصفحة، مثل «آخر الأخبار من الجبهة»، وقد يضيع نصف العمود فى العناوين الفرعية التى تلخص معلومات القصة، وساعدت المنافسة بين الصحف على تشجيع اتجاه العناوين المثيرة من قبيل ذلك العنوان الممتاز الذى ظهر فى سبعينيات القرن التاسع عشر فى قصة بصحيفة «شيكاغو تايمز» عن شنق أربعة قتلة: Jerked to Jesus [قذفوا إلى يسوع].

لقد انتهى عصر العناوين الكبيرة التى تتسم بالجرأة الشديدة، وهو ما يرجع إلى حد كبير إلى أن الحاجة إلى جذب عين القارئ عند كشك الصحف حلت محلها الاشتراكات المضمونة فى البيت، أما التركيز الآن فهو بصورة أكبر على إجمالى إخراج الصفحة وحشد الأخبار، حيث بات للعناوين دور أقل.

ومع ذلك، فلابد أن يكون كتّاب العناوين بنفس ما كانوا عليه من مهارة. وكما هو حال المعجبين بالكلمات المتقاطعة، لابد أن تكون لديهم ذخيرة من الكلمات القصيرة التى لها معنى، ولابد أن يحذروا الوقوع فى خطأ يؤدى إلى رفع قضية قذف. وعليهم كذلك أن يضيفوا للقصة، لا أن ينتقصوا منها. وغالباً ما يكرر كتّاب العناوين، على سبيل المثال، عبارة أساسية فى القصة. ولكن إذا انتهت القصة بنهاية مفاجئة، فلا يفترض أن يغفلها العنوان.

لماذا تتشابه الصحف؟

إذا وضعت معظم صحف البلاد على طاولة، سوف تلاحظ أن هناك تشابهاً كبيراً ليس فقط فى إخراجها وقطعها، بل كذلك فى محتواها. وقد تقول إن التشابه يكاد يكون كبيراً، على أساس أنها جميعاً منتج واحد، وإن اختلفت أسماؤها المميزة.

غير أن هذه صناعة يعمل بها مخبرون صحفيون ومحررون يتفاخرون باستقلالهم.

وإحدى نقاط التشابه الواضحة هو ما يقدم على الصفحات الأولى من قصص خبرية قومية ودولية. ومعظم الهيئات الإخبارية المحلية لا يسعها فتح مكاتب لها حتى فى عواصم ولاياتها، ناهيك عن واشنطن وما وراء البحار. ولذلك فهى تعتمد على وكالات الأنباء فى الحصول على المعلومات من خارج منطقتها المباشرة.

وهذا بطبيعة الحال لا يفسر ظاهرة مشابهة فى أكبر الصحف، التى لديها شبكاتها الممتدة من المراسلين. ومع أن «نيويورك تايمز» و«لوس أنجلوس تايمز» و«شيكاغو تريبيون» و«ميامى هيرالد» Miami Herald و«واشنطن بوست» قد تختلف بعض الشيء، فإن الأفكار الخاصة بالقصص الدولية والقومية متشابهة كذلك. وسواء أكان الموضوع هو البوسنة أم رواندا أم كوريا الشمالية أم إصلاح الرعاية الصحية، يبدو أن الكل يغطون أخبار الشيء نفسه.

وفى سنة ١٧٩٢ أعطى الكونجرس كل صحيفة الحق فى إرسال نسخة معفاة من رسوم البريد إلى كل بنات عمومتها من الصحف. وكانت الفكرة التى وراء ذلك هى مساعدة الصحف على أن تتعلم من بعضها. ولم يكن الصحفيون بحاجة إلى المداهنة فيما يتعلق بمعرفة ما لدى كل منهم. فالمحررون يقرءون الصحف الأخرى ليتأكدوا من أنه لم يفتهم شيء، والمخبرون الصحفيون يبنى كل منهم على قصص الآخر. وهو ما تسهله قواعد المعلومات الموجودة على الكمبيوتر التى تخزن القصص من صحف كثيرة وتسمح باستعادتها فى الحال. وقد يبدو أن هناك تناقضًا فى فكرة أن الصحفيين الذى بينهم تنافس شديد يشتركون معًا عند تغطية الأحداث، ليس لخوفهم من الدخلاء، وإنما لأنهم لا يريدون أن تفوتهم القصة التى قد يحصل عليها آخرون.

ووالتر ميرز الكاتب فى وكالة «أسوشيتد بريس» هو أحد الصحفيين البارزين فى أمريكا. ولم يحقق ميرز شهرته بكونه أحد أسرع الكتَّاب فى المهنة وحسب، بل لأن لديه قدرة عجيبة على أن يلتقط بسرعة جوهر أية قصة سياسية مدوية. وبسبب هذه القدرة، كان زملاؤه فى أثناء الحملات الانتخابية يلتقطون خيوطًا منه. وكما هو موثق بقلم تيموثى كروز فى كتاب The Boys on the Bus [فتيان فى الأتوبيس]

أصبح ميرز معروفًا فى قافلة الحملة باسم What's-the-lead-Walter [مــا هى المقدمة يا والتر؟]، وقد حصل ميرز على جائزة بوليتزر عن أعماله الرائعة.

وأحد أسباب كون ميرز مركز هذه الظاهرة هو ميزة أنه كاتب فى وكالة أنباء. وكان كل مراسل فى أتوبيس الحملة يعرف تمام المعرفة أن محرره فى الصحيفة يقرأ «مقدمات» ميرز سريعة الطلقات من على برقيات «أسوشيتد بريس». فإذا لم يغط مخبر الصحيفة الخبر من نفس الزاوية كما فى البرقية، فإنه يخاطر بأن يصله «رد» (وأحيانًا يسمى «صاروخ») من المحرر: «ميرز لديه كذا وكذا. أين ما هو خاص بنا؟» والواقع أن المخبرين يكرهون الصواريخ. وهكذا كان على الفتيان الذين فى الأتوبيس أن يسألوا قبل كتابة قصصهم «ما هى المقدمة يا والتر؟».

وهناك مؤثر آخر من المؤثرات القوية على توحد الأخبار لا يراه الجمهور العام، وهو موجز «أهم الأخبار» الذى ترسله وكالات الأنباء إلى الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون كل ساعتين. فالمحرر الذى يتجاهل الموجز يفعل ذلك كنوع من المخاطرة. ذلك أنه يضع مفكرة ما تعتبره أجهزة الإعلام فى البلاد مهمًا.

والعامل الثالث الذى يساهم فى التجانس هو ملكية مجموعات الصحف. فعندما تشترى مجموعة ما صحيفة مملوكة ملكية محلية فهى غالبًا ما تحسن نوعية الصحيفة، كما أشار ناشر «ناشفيل تينيسيان» Nashville Tennessean سنة ١٩٧٩ قبيل شراء مجموعة «جانيت» للصحيفة. غير أنه أضاف قائلاً: «وبعد قراءتى لصحف جانيت فى المجموعة يبدو لى أن هناك تشابهًا بينها». فـ«جانيت» تبتكر صيغًا إخبارية وإخراجية تتوقع من كل صحفها أن تتبعها. ويجتمع المحررون بانتظام فى مقر «جانيت» الرئيسى لينقد كل منهم منتج الآخر. وهى عملية تفكير جماعى تعزز الميل نحو التوحد.

وأخيراً، هناك الأمر شديد الأهمية الخاص بالاتفاق على القيم الإخبارية. فمع أن كل صحيفة ومجلة ومحطة إذاعة ومحطة تلفزيون تمارس سلطاتها داخل مقرها، يتفق الصحفيون عمومًا على ما هو قصة ساخنة، وما هو «فرقعة»، وما هو تلفيق. وربما لا يمكنهم تفسير السبب، ويعرفون أن الأمر كذلك وحسب. فالقيم الإخبارية جزء من الذاكرة الموحدة.

ويساعد وجود شبكة صحافة مترامية الأطراف فى أمريكا على حفظ الذاكرة. وكذلك ممارسة صالة الأخبار الخاصة بتناقل الخرافات والأساطير الخاصة بالبزنس. فالصحفيون يرددون نفس الشعارات القديمة، التى ربما كان أشهرها ما قاله محرر من «نيويورك صن» منذ أكثر من مائة سنة: «عندما يعض كلب رجلاً فهذا ليس خبرًا، وإنما الخبر هو أن يعض رجل كلبًا».

وهكذا فحتى صفحات الأخبار المحلية فى مجتمع صغير ما تبدو تقريبًا مثل صفحات الأخبار المحلية فى صحيفة أخرى. فهى تحتوى على جريمة أو حادث، ومجلس جديد لميزانية التعليم، وتقرير عن مخاطر المرور وسط البلد، وجدل حول إعادة تخصيص المناطق للأغراض المختلفة.

ورغم شكوك أصحاب نظرية المؤامرة، فإن محررى البلاد لا يضعون رءوسهم فى رءوس بعض كل يوم ليقرروا ما ينبغى أن يظهر على الصفحات الأولى. ولكنهم يقرءون نفس برقيات وكالات الأنباء ونفس مجموعة الصحف. كما أنهم يشاهدون نفس البرامج الإخبارية على الـ«سى إن إن» وغيرها من الشبكات. وكذلك يقرءون منافسيهم الأساسيين، أو على الأقل يتتبعون ما يغطونه ـ وكيفية تغطيتهم له. (ولنضرب مثلاً بخريطة الطقس الملونة فى «يو إس إيه توداى» التى أصبحت تستخدم على نطاق واسع). وهم يحضرون نفس المؤتمرات الإعلامية، حيث تتجه المناقشة عادة إلى أفكار لاجتذاب القراء والاحتفاظ بهم. وسواء أكان الشخص منافسًا أم لا، فإنه يحصل على قدر من القوة والارتياح من التوحد.

* * *

الفصــل الرابع

ما هو خبر وما هو غير ذلك

لماذا لا يكون الوضع القائم خبراً ؟

«احتراق فيلا فى أوك ستريت أمس . . . »

«الرئيس يعلن عن خطة للحد من الإنفاق الفيدرالى . . . »

«توقعت هيئة الأرصاد الجوية القومية اليوم أن يصل ارتفاع الثلوج إلى ١٥ بوصة فى أنحاء الغرب الأوسط بحلول نهاية يوم الثلاثاء . . . »

عندما يعض كلب رجلاً، كما قال محرر «نيويورك صن»، فهذا ليس خبراً، أما عندما يعض رجل كلبًا فهذا هو الخبر. والمبدأ الذى يتضمنه هذا المثل هو أن الأمر الواقع - أى ما هو روتينى ومتوقع - ليس جديراً فى الغالب بأن يكون خبراً. فالقراء لا يريدون قصصًا طويلة لا تخبرهم أن شيئًا ما قد تغير فى اليوم السابق أو نحو ذلك. وهم يدفعون خمسين سنتًا ثمنًا للصحيفة ويتوقعون أن يكتشفوا ما هو جديد. ولتلبية هذه الحاجة يفكر الصحفيون فى المقام الأول فيما يسمى الأخبار المدوية - وهى التغير عما هو معتاد ويحدث فى الوقت الراهن. وربما يكون مثيراً أن يعض رجل كلبًا منذ عشر سنوات، ولكنه ليس جديراً بأن يكون خبراً.

والقصص الخبرية الثلاثة فى أول الصفحة نموذجية. فقصة حريق أوك ستريت حدث إخبارى لا شك فى ذلك؛ فقد تحول بيت إلى رماد وانتهى الأمر. وخطة الرئيس خبر لأن الرئيس قدمها للتو، وسوف تؤدى إلى مزيد من الأخبار عندما يعبر الزعماء السياسيون فى الأربع والعشرين ساعة المقبلة عن آرائهم للصحافة. وقصة هيئة الأرصاد الجوية القومية جذابة، ليس فقط لأنها فى وقتها وتحظى باهتمام كبير،

بل لأن بها أرقامًا حقيقية ـ أى خمس عشرة بوصة من الجليد. والمخبرون يهوون الإحصائيات؛ إذ إن فى ذلك تغير محدد.

ولكن إذا كنت تحصل على أخبار كثيرة عندما تصلك الصحيفة، فلابد أن تتذكر ما لا تحصل عليه. ولأن الصحفيين ملتصقون بالأحداث، فكثيراً ما يفتقرون إلى القدرة على رؤية الأشياء وفقًا لأهميتها النسبية. ذلك لأنهم فى عجلة إخبارك بما هو مختلف، لا يمعنون النظر فيما بقى على ما هو عليه.

ولا يمثل هذا مشكلة فى معظم الحالات، فبعد قراءة قصة احتراق بيت فى أوك ستريت، لا تعتقد أن كل البيوت فى حيك تحولت إلى رماد. وبالمثل، تعرف أن خطة الإنفاق التى قدمها الرئيس واحدة من خطط كثيرة قدمت على مر السنين. وطبقًا لرأيك فى الرئيس، فأنت إما أن تشكك فى نجاحها أو تتفاءل وتبتهج بشأنها. وتعلم أن الثلوج الكثيفة أمر شائع فى الغرب الأوسط؛ ولذلك فخمس عشرة بوصة لن تجعلك بحال من الأحول تعد حقائبك وترحل. ذلك أنك سوف تنشغل أكثر إن غطت الثلوج ألاباما.

ولكن إذا كنت لا تعلم شيئًا عن السياق، فإنك قد تصل إلى استنتاج خاطئ. مثال ذلك السيل المتصل من القصص بشأن الجريمة فى مدن مثل واشنطن أو نيويورك. فإذا لم تكن تقيم فيهما، سوف تتكون لديك صور مبالغ فيها عن الأخطار وتنسى أن معظم السكان يسيرون فى الشوارع بلا خوف. تذكر كيف كان الأجانب ينظرون إلى شيكاغو فى العشرينيات. فقد خلقت القصص الخبرية فى تلك الفترة صورة لمدينة يسيطر عليها رجال العصابات الذين يحملون المدافع الرشاشة.

وتحدث المشكلة نفسها فى حالة القصص المتعلقة بالدراسات الصحية. ففى سنة من السنوات تورد إحدى الصحف أن الزبد غير مفيد لك، وفى العام التالى تعلم أن الزبد لا ضرر منه، ولكن المارجرين (الزبد النباتى) ليس كذلك. وفى شهر من الشهور تحمل الصحيفة تقريراً من مراكز مكافحة الأمراض يقول إن أية تمرينات رياضية سوف تطيل حياتك، وفى الشهر الذى يليه تأتى قصة دراسة جامعة هارفارد التى تبين أن الأشخاص الذين يمارسون التمرينات الرياضية بانتظام وبقوة هم وحدهم الذين يعمرون. ويختلف إيقاع الصحافة عن إيقاع العلم اختلاف الفالس

عن الفلامنكو؛ فالخبراء والعلماء يرون كل دراسة صحية على أنها معلومة غير حاسمة فى لوحة فسيفساء كبيرة يتكون شكلها على مر الكثير من السنين. أما الصحيفة فتركز على الدراسة الحالية، وليس على ما يظل غير حاسم كما كان بالأمس (أى ما ليس خبراً). والنتيجة غير صحية بالمرة؛ ذلك أنها تدفع القراء المحبطين إلى أن يصيحوا قائلين: «لا شيء يفيد، فلماذا إذن أغير أسلوب حياتى».

وظهرت دراسة حالة سنة ١٩٨٤ عن التغير على حساب الاستمرارية عندما أعلن الشيوعيون الصينيون سلسلة من الإصلاحات الاقتصادية. وظهرت تقارير عن البرنامج الاقتصادى الجديد على كثير من الصفحات الأولى بمقدمات كتلك المقدمة التى جاءت فى «نيويورك تايمز»: «أعلنت الصين اليوم عن خطة تغييرات شاملة فى اقتصادها الحضرى سوف تؤدى إلى إدخال قوى السوق على النمط الرأسمالى وتقليص سيطرة الحكومة». وإبرازاً لما هو جديد فى البرنامج المعلن، لم تذكر قصة «نيويورك تايمز» شيئًا تقريبًا بشأن ما بقى على حاله ـ وما قالته عن ذلك قُدم كتفسير متأخر عن وقته. فقد أشارت فى الفقرة السابعة إلى أن الدبلوماسيين يعتقدون أن الإصلاحات «سوف تعجل بإنكار مشروعية النظام المركزى للتخطيط والسيطرة الاقتصادية الذى استعاره ماوتسى تونج من الاتحاد السوفيتى، ولكنه لن ينكر مشروعية الشيوعية نفسها». و قد يُلتمس العذر للقارئ العادى، الذى يتصفح الجريدة ولديه خبرة بسيطة عن الصين، لاعتقاده أن الصين كانت على وشك أن تتحول تحولاً تامًا إلى نظام السوق الحرة [١].

ويدل هذا كله على أن الصحفيين ـ الذى يقال إنهم يكتبون أول مسودة للتاريخ ـ يبرزون ما هو جديد، وعلى القارئ أن يفكر فيما يبقى على حاله.

---

(١) فى الشهور التالية استمرت القصص الخبرية فى إبراز التغيير بدلاً من الاستمرارية. ووزعت «شينخوا»، وهى وكالة أنباء الصين التى تديرها الحكومة، صورة لأول عائلة صينية تمتلك سيارة، وبطبيعة الحال كانت القصة الحقيقية هى أن كل أسرة أخرى فى البلاد لم تكن تمتلك سيارة، ولكن محررى الصور الأمريكيين لم يمكنهم مقاومة نشر تلك اللقطة ـ وكذلك صورة «شينخوا» التى ظهرت بعد عدة أيام لأول عائلة تمتلك طائرة.

وفى النهاية أدركت الصحافة الواقع. فقد ذهب مخبر صحفى لإجراء مقابلة مع أفراد العائلة التى تمتلك طائرة ووجد أنهم لا يملكونها بحال من الأحوال، غير أن خبر تلك التمثيلية لم يكن تقريبًا فى بروز قصص الصفحة الأولى التى ظهرت من قبل.

كلام جانبى: لا يمكن أن تعول على الاحصائيات

فى بداية القرن، قال السير جوسيا ستامب المسئول البريطانى : «تحرص الحكومة بشدة على تجميع الإحصاءات. فهى تجمعها وتضيفها إلى بعضها وترفعها إلى أعلى قوة وتأخذ الجذر التكعيبى وتعد رسومات بيانية مدهشة. ولكن يجب ألا تنسوا أن كل رقم من هذه الأرقام يأتى فى المقام الأول من حارس القرية، الذى لا يدون إلا ما يهواه».

والإحصاءات تبعث على الاطمئنان. فهى تبدو على قدر كبير من الدقة، وقدر كبير من العلمية، وتقول مندوبة «وول ستريت جورنال» ومحررتها سنثيا جروسن : «يقدر المخبرون والمحررون، الذى يشعرون بحساسية تجاه الاتهامات والتحيز، حياد الأرقام الواضح». ولكن الأرقام ليست محايدة كما تشير جروسن. فالدراسات قد يشوبها النقص، وهو ما تتعمده فى بعض الأحيان جماعات المصالح التى تعدها. وأحيانًا أخرى يتم الأمر بدون قصد على يد الباحثين المحايدين المعرضين للخطأ. فالدراسات التى تتم بأعلى قدر من الخبرة عرضة للخطأ. ومما يؤسف له أن قيود المساحة (إلى جانب الجهل) غالبًا ما تحول دون تقديم الصحفيين للتحذيرات التى قد تضمنها مؤسسة أبحاث مشهورة فى تقريرها. وهنا على سبيل المثال نص من دراسة لويس هاريس عن جهود أمريكا لتحسين الصحة الجيدة :

حتى أفضل الاستطلاعات تصميمًا قابلة لأن تتعرض لمصادر عديدة محتملة للخطأ. وهذه أهم المصادر :

- **عدم الاستجابة** : (إذا كان من أجريت معهم المقابلات يختلفون مع من لم تجر معهم مقابلات)، [أنت على سبيل المثال ربما لا تكون قد أجريت مقابلات مع الفئات الصحيحة من الناس].

- **خطأ التجميع العشوائى للعينات** : وهو ما قد يكون ضخمًا من الناحية النظرية، حتى فى الاستطلاعات الكبيرة جدًا. وعلى عكس الانطباع الذى يعطيه التحذير الإعلامى التقليدى، ليست هناك طريقة لحساب أقصى خطأ ممكن بالنسبة لأى استطلاع. فكل ما نتعامل معها مجرد احتمالات.

ـ **صياغة الأسئلة**: وخاصة حين يقيس الاستطلاع موقفًا من المواقف أو نية مستقبلية وليس «حقيقة». وقد تأتى أسئلة عديدة على قدر متساو من الجودة بالعديد من الإجابات المختلفة (والمتساوية فى صحتها). يضاف إلى ذلك أن تسلسل الأسئلة قد يؤثر على الإجابات، وخاصة الإجابات عن أسئلة المواقف.

لماذا يكون عدم وجود أخبار خبراً طيبًا ؟

رسالة إلى المحرر:

يالها من صحيفة! أخبار عن ماذا؟ أعمال قتل، وحوادث، واغتصاب... مراهقون فى ورطة، ولكن ولاكلمة، صباحًا أو مساءً - اجعلوا مجموعة من الأطفال يقضون عصر يوم أحد وهم يتجولون حول بحيرة هارييت فى سيارة فورد موديل ١٩٢٦ مكشوفة مزينة زينة مرحة، وبعد ذلك يمتعون الكبار فى مؤتمر الحزب الجمهورى الانتخابى بفرقتهم وجيتاراتهم وأغنياتهم.

كان مارك توين سوف يقدر هذه الرسالة إلى المحرر بإحدى صحف منيابوليس فى الستينيات. ومع أن توين نفسه كان صحفيًا فى يوم من الأيام، فقد اعترف بأن الأخبار التى كان يقرؤها فى صحيفة الصباح كانت محبطة بما يكفى «لأن أمضى بقية اليوم أستمطر اللعنات على الجنس البشرى».

وحتى يومنا هذا يتحمل الأمريكيون دون شكوى قدراً مرعبًا من الأخبار السيئة، وهم يشعرون بالغثيان منها. وتبدو الأخبار بالفعل سلبية، وقد يكون عدم وجود أخبار خبراً طيبًا.

وغالبًا ما يدافع الصحفيون عن هذا الموضوع. وأحد الردود الشائعة هو أن الأخبار ليست سيئة على الدوام. فهم يشيرون إلى كل أحداث الأخبار الطيبة مثل عودة طفل، أو إلى رجل البريد المتقاعد الذى يكرمه المجتمع، وهم يشيرون إلى أنه إضافة إلى ذلك كثيراً ما تتولد الأخبار الطيبة من الأخبار السيئة. ففساد الحكومة يتم كشفه، ويطرد الفاسدون من مناصبهم، وتؤدى تغطية حادث التصادم الرهيب إلى وضع إشارة مرور عند التقاطع الخطير، والصور التوضيحية للأطفال الذين يتضورون جوعًا فى الصومال تؤدى إلى مزيد من المساعدات الخارجية.

ولكن هذا الكلام لا يقنع جورج جالوب، الذى يجرى الاستطلاعات التى تقيس نبض أمريكا منذ أكثر من أربعين سنة. فهو يعتقد أن الصحفيين تسيطر على تفكيرهم الأخبار السيئة على حساب الواقع المتزن، كما أنه يسوق الكثير من الأدلة التى تبين أن الجمهور يشعر بالشعور نفسه. ومع ذلك فإن ما هو أكثر إثارة ليس هو أن أحد الأطراف مخطئ والآخر مصيب، بل هو درجة تمسك كل طرف برأيه.

وأظهر استطلاع أجراه سنة ١٩٩٣ مركز منتدى الحرية للتعديل الأول أن هناك اختلافًا كبيراً فى الرأى. فقد جاء فى التقرير: «يقول ٦٠ بالمائة من الساسة و٥٣ بالمائة من الجمهور إن الصحفيين بطبعهم ينقلون الأخبار السيئة ويتجاهلون الطيبة، بغض النظر عما يحدث من أشياء طيبة فى أمريكا. وكانت إجابة ٧٦ بالمائة من الصحفيين: لا». وأورد مركز «تايمز ميرور» للناس وللصحافة اكتشافًا مشابهًا سنة ١٩٩٥. ويعتقد ثلثا الجمهور وعدد أكبر من قادة الرأى أن الصحافة تركز أكثر مما يجب على الأعمال السيئة. وكان ذلك هو ما يشعر به ٣٠ بالمائة فقط من صحفيى الجرائد القومية و١٤ بالمائة من نظرائهم المحليين.

ونجد أن بعض الصحفيين المتشددين مشغولون بالسلبية. ويقول توماس وينشب محرر «بوسطن جلوب» Boston Globe المتقاعد: «هناك قدر كبير من التشاؤم، والأمر أشبه بثعبان يبتلع ذيله. فالجمهور متشائم من الكونجرس، وهو ما يرجع بصورة كبيرة إلى أن الصحافة متشائمة جداً بشأن الكونجرس». وتقول إلين شانهان رئيسة مكتب «سانت بيترسبورج تايمز» St. Petersburg Times فى واشنطن: «نحن فى الصحافة . . . نادراً ما نغطى غير حالات الفشل، مما يزرع فى نفوس قرائنا ومشاهدينا اعتقاداً بأنه ليس هناك أمل وليست هناك جدوى حتى فى إصلاح أى من الأشياء التى على قدر كبير من الخطأ فى بلادنا، ولو بتحسينها قليلاً».

واستثماراً لهذا الاهتمام، أسس آل نويهارت صحيفة «يو إس إيه توداى» سنة ١٩٨٢ على أساس ما أسماه «صحافة الأمل، وليس صحافة اليأس». وقال نويهارت إن الأمريكيين ملوا رسم صورة عالمهم بهذا القدر من الظلمة. ومع أن نويهارت تقاعد كرئيس لمجلس إدارة «جانيت» سنة ١٩٩٠، فقد استمرت الصحيفة على مقاربتها المتفائلة للأخبار. ويزدرى النقاد هذا باعتبار أنه ليس سوى الوجه

الآخر لعالم غير واقعى مثله: حيث تحل بوليانا [1] محل فرانكنشتين. ويشعر الصحفيون بحساسية من مثل هذا النقد، فهاهو محرر سابق فى «يو إس إيه توداى» ينبرى للدفاع عندما تسمى تلك الصحيفة «صحيفة سعيدة» ويوضح بابتهاج كل الأخبار السيئة التى تحملها.

وهذه الحساسية تكشف عن أمور كثيرة، كما أن مشكلة السلبية لها دخل كبير فى آمال الصحافة نفسها. فالصحفيون يعملون ضمن ثقافة تحترم الشدة. وأظهر استطلاع «تايمز ميرور» أن ٨٠ بالمائة من صحفيى المطبوعات القومية و ٧٠ بالمائة من نظرائهم على المستوى المحلى يعتقدون أن مطبوعاتهم تحرص على أن تكون خفيفة على الناس الذين تغطى أخبارهم، أكثر من حرصها على أن تكون شديدة عليهم. ويقول كاتب العمود مايكل كنسلى فى صحيفة «نيو ريببليك» New Republic: «إن أصعب شىء فى العالم هو أن تكتب مقالاً يحظى بالإعجاب، وأسهل بكثير أن تشن هجومًا كله حقد». وتلك المقالات الحلوة مائة بالمائة تجعل الصحفى كالمنافق. وهى بكل تأكيد الطريقة التى تعرضه لسخرية زملائه فى عالم الأخبار.

ولنتذكر ما جاء فى القسم السابق. فالمعيار الأساسى لما يشكل الخبر فى الصحافة الأمريكية هو التغيير، والتغيير يولد الصدمة، وعادة ما تكون الصدمة غير سارة. فإذا هبطت طائرة فى الوقت المحدد (بدلاً من أن يقع لها حادث)، أو إذا ذهب المدرسون إلى قاعات الدرس (بدلاً من أن يضربوا)، فلن يكون هناك ما ينقل. لقد أصبح ما هو غريب وعنيف مادة الأخبار، منذ أن أصبحت الصحافة فى أمريكا وسيلة إعلام جماهيرية.

وهناك عامل آخر وهو الدور الذى أعطته الصحافة لنفسها باعتبارها «مراقب» الجمهور، الذى يبحث دائمًا عن المشاكل. ويفترض النسق العقلى لهذه الصناعة أن هناك من يغش الجمهور فى مكان ما وبطريقة من الطرق. وبطبيعة الحال تساعد الحكومة فى ذلك، فهى. سواء أكانت تغش أم لا، ترعى مناخًا من

---

(١) اسم بطلة اخترعتها الكاتبة الأمريكية إليانور بورتر (١٩٦٨-١٩٢٠) وهو يستخدم للدلالة على الشخص المفرط فى تفاؤله دون إعمال للفكر. (المترجم).

السلبية بما تتخذه من مواقف. وهى من المفروض أن تعالج المشاكل، والصحافة موجودة كى تؤرخ لها.

والبحث عن الأخبار التى يسهل نقلها يستسلم للجريمة والحوادث. ومثل هذه الأخبار لم يكن أحد يعتبرها جديرة بأن تكون أخباراً حتى ظهرت صحافة البنى. ولكن مع ظهورها كانت جرائم القتل والمنازل المحترقة بمثابة طريقة مثالية لاجتذاب القراء، وتحاشى المعارك السياسية الحزبية، والالتزام بالحقائق - حيث يتم ذلك دون مصاريف كبيرة للمخبرين الصحفيين. وبينما تعتبر قصص الجرائم التى تقدمها صحافة البنى فى الوقت الراهن شكلاً رديئًا، فإن الممارسة المستمرة لتكليف المخبرين الصحفيين بتغطية أخبار الشرطة والأنظمة القضائية تضمن وفرة الأخبار. وهذه الأماكن تخصص للمأساة والبغض.

وأخيراً، غالبًا ما يشغل الصحفيون أنفسهم بالبحث عمن يتصفون بالعنف. ومنذ طفولتنا ونحن متعودون على قصص فيها أبطال وأشرار. وأبقت صناعة الأخبار على التوقع حيًا. فالصراع بين العمالقة ليس مادة التغطية الرياضية وحسب، بل التغطية السياسية كذلك. ولا تقع الاشتباكات عادة ضمن تعريف «الأخبار الطيبة». وغالبًا ما تنتج عنها هجمات موجهة إلى المشاعر وليس العقل فى أثناء الحملات السياسية، وهو ما يصبح أخباراً.

ورداً على المنتقدين، غالبًا ما يتحاشى الصحفيون مناقشة التعقيدات. فالأسهل عليهم هو تقديم إجابات ملفقة. وهم يقولون إن الأخبار هى الأخبار، وليس عليهم أن يقيموا تغطية اليوم على أساس أنها ترقى بالناس أم لا. كما يقولون إن هذا قد يشجع شكلاً خطيراً من أشكال الرقابة الذاتية ويعطى الصحفى دور الغرفة التجارية. والصحافة لم تخترع التلاعب فى الضرائب، ولم تنتخب ذلك المسئول الفاسد، ولم تحرق المنزل، ولم تهاجم تلك المرأة التى تمارس رياضة الهرولة، ولم تكتم ذلك التقرير المحرج. «لا تطلق النار على الرسول بسبب الرسالة».

وبطبيعة الحال يتصل الرد النهائى بقارئ الصحيفة أكثر من اتصاله بمخبرها. ويؤكد المحررون أن الدليل على الأخبار يمكن أن يوجد فى رد فعل الجمهور - أى ما يفضل الناس قراءته ورؤيته وسماعه من وسائل إعلامهم. وقد يقول الناس إنهم

يبغضون الأخبار السيئة ، غير أن لديهم فى الوقت نفسه شهية نهمة لما أسماه مارك توين «الفساد والوضاعة والنفاق والقسوة التى تشكل المدنية» .

لماذا تقرأ الكثير والكثير عن الحكومة ؟

فى يوم ثلاثاء من خريف ١٩٩٢ اختير عشوائيًا ، كانت خمس قصص من سبعة على الصفحة الأولى من «نيويورك تايمز» عن الحكومة . أما الاثنتين الأخريين ـ وكانتا عن زلزال وقع فى مصر وظهور مرض السل فى الولايات المتحدة ـ فقد اعتمدتا اعتمادًا كبيرًا على مصادر حكومية . وفى الجزء الجنوبى من الولايات المتحدة خُصصت ست قصص من ثمانية على الصفحة الأولى فى صحيفة «باتون روج أدفوكيت» Baton Rouge Advocate للسياسة والحكومة ، فيما يتراوح بين خطط المطار الجديد والمناظرات الرئاسية . واستقيت القصتان الأخريان ، وهما عن الزلزال ومؤتمر الحزب الشيوعى الصينى ، من مصادر حكومية .

وأحد الاستنتاجات التى يمكن التوصل إليها بشأن هذه القصص هو أن الصحافة تصر على البحث عن المعلومات الخاصة بالحكومة . إلا أن هناك تفسيرًا آخر لهذا القدر الكبير من أخبار الحكومة . ومن السهل الوصول لهذا التفسير ، فحكومتنا ، من الناحيتين النظرية والعملية ، منظمة ويسهل الوصول إليها .

وذات مرة قال جيفرسون[1] ملخصًا رأيًا شائعًا بين مؤسسى أمتنا : «كون أساس حكومتنا رأى الناس ، فإن أول ما ينبغى الحفاظ عليه هو ذلك الحق . ولو ترك لى تقرير إن كان ينبغى علينا أن تكون لدينا حكومة بلا صحف ، أو صحف بلا حكومة ، لما ترددت لحظة واحدة فى تفضيل الثانية» . ويكمن وراء هذا الرأى الشك الأمريكى الراسخ فى الحكومة . وكان الزعماء من نوع جيفرسون ، الذين أغضبتهم فكرة أن الملوك يتمتعون بحصانة من النقد ، يرغبون فى فرض قيود على الزعماء الذين قد يحاولون أن يختصوا أنفسهم بغير حق بأكثر مما يجب من

(١) توماس جيفرسون : سياسى أمريكى ودبلوماسى ومؤلف ، وكان الرئيس الثالث للولايات المتحدة الأمريكية (١٨٠١ ـ ١٨٠٩) . (المترجم) .

السلطات. وكانت الصحافة غير المقيدة نسبيًا، شأنها شأن الكونجرس والقضاء، خطوة فى ذلك الاتجاه.

وكان لدى الإنجليز أنفسهم شيء من الفكرة نفسها. فمن المفترض أن إدموند بيرك[1] كان أول من تحدث عن الصحافة باعتبارها سلطة رابعة[2] ولكن الثوار الأمريكيين كان لديهم استعداد لأن يجعلوا الصحافة تمضى إلى أبعد مما جرؤ عليه البريطانيون، وهو الموقف الذى لا يزال قائمًا فى الوقت الراهن، رغم الكثير من التشابهات بين النظامين.

ولا يعنى هذا إنكار أن حكومتنا تفضل تحاشى التدقيق البغيض، وهى تقيم الحواجز فى وجه التغطية النقدية أملاً منها فى تحقيق ذلك. وهذا لا يحدث فحسب، بل إنه قاعدة أكثر منه استثناء. وكان جيفرسون نفسه يكره كثيراً من التغطية التى تتناوله كراهية شديدة، وكان يتساءل إذا ما كان ينبغى تقييد الصحافة فى أى حال من الأحوال. وذات مرة قال لأحد الحلفاء إن «قليلاً من التحقيقات التى تجرى مع أبرز المعتدين قد يكون له أثر كبير على استعادة سلامة الصحافة». ولكن ثقل التراث الأمريكى كان فى صف الصحفى.

وفى نظام الولايات المتحدة ليست هناك صحف مملوكة للحكومة. ويهتم الكونجرس اهتمامًا كبيراً بشأن الفرع التنفيذى الذى يرسل الدعاية المبالغ فيها. حتى أنه لا يسمح بتوزيع المطبوعات التى تطبعها هيئة الاستعلامات الأمريكية داخل الولايات المتحدة. فهذه المطبوعات يمكن توزيعها فى الخارج وحسب، وإذا رغب مسئولو الحكومة أو الزعماء السياسيون فى توصيل المعلومات للجمهور الأمريكى، فلابد أن يتنافسوا فى الحصول على الاهتمام الإعلامى مثلهم مثل أى شخص آخر.

---

(١) سياسى وخطيب وكاتب أيرلندى ولد سنة ١٧٢٩ وتوفى سنة ١٧٩٧. (المترجم).

(٢) فى عصور الإقطاع كانت السلطات الثلاث هى السادة الروحيون (رجال الدين) والسادة الدنيويون (النبلاء) والعموم (الفرسان وممثلو المدن فى البرلمان). وطبقاً لما ذكره كارليل فقد قال بيرك: «هناك ثلاث سلطات فى البرلمان، غير أنه فى بهو المخبرين الصحفيين تجلس السلطة الرابعة التى هى أهم منها جميعًا بكثير». ولكن المصدر الأصلى للمصطلح قد يكون ويليام كوبيت، وهو صحفى بريطانى من أوائل القرن التاسع عشر.

وكأى إنسان سواهم يرغب فى الحصول على الاهتمام، يخلق الزعماء السياسيون والبيروقراطيون الحكوميون قدراً كبيراً من المعلومات والأخبار التى ينقلونها إلى وسائل الإعلام.

وفى سنة ١٩٩٣ استخدمت الحكومة ٤٤٣٨ متخصصًا فى الشئون العامة و ١٩٤٠ كاتبًا ومحرراً ـ طبقًا لما ذكره أحد المتخصصين فى الشئون العامة فى المكتب الأمريكى لإدارة الأفراد. إلا أنه لم يذكر ذلك شيئًا عن غيرهم ممن كان عملهم هو تقديم الرعاية والطعام للصحفيين. وتحظى الوكالة القومية للطيران والفضاء (نَاسَا) بتقدير كبير من الحكومة، لأن أنشطة العلاقات العامة الضخمة التى تقوم بها حققت دعمًا شعبيًا مقبولاً. وبالنسبة للدور الذى يقوم به أعضاء الكونجرس، فإن لكل سيناتور ونائب مساعديه الذين يمكنهم استخدام الرسوم البريدية المدعمة بلا حدود لإرسال النشرات الإخبارية، واستغلال استوديوهات الإذاعة والتلفزيون داخل الكونجرس لإعداد المواد الخاصة بوسائل الإعلام.

وفى حديثه عن مدينة واشنطن، أشار الصحفى السابق أ. ف. ستون ذات مرة إلى أنه «ليست هناك مدينة أخرى، ولا عاصمة عالمية أخرى، يُسِّرت فيها الحياة للصحفيين بهذا القدر». ولكن واشنطن ليست هى المكان الوحيد الذى فيه حكومة تقدم للصحفيين ما يحتاجونه. فإدارة الشرطة والعمدة فى أية مدينة لهما أيضًا مساعدوهما الصحفيون. وكذلك الحال بالنسبة لحكام الولايات وأعضاء المجالس النيابية بالولايات.

وهناك فرع واحد من الحكومة ليست فيه انتخابات ولا يشغل نفسه البتة بشأن تقدير الحكومة، وهو القضاء الفيدرالى. وهو كذلك الأقل تغطية بشكل جيد من الناحية الإخبارية، وإذا كانت ترشيحات المحكمة العليا تحظى بالاهتمام، فإن القضاة بعد تأكيد تعيينهم يظلون بعيداً عن الأضواء إلى حد كبير.

وبسبب تَعَوُّد الصحافة على الوصول إلى الحكومة، فهى تطالبها بكل ثقة بالإعلان عن الاجتماعات والملفات. ولكن قانون حرية المعلومات أمريكى مثله مثل الصحافة العنيدة. فطبقًا لقانون حرية المعلومات الصادر فى سنة ١٩٦٧، يجب على الحكومة ـ مع بعض الاستثناءات ـ أن توفر لأى شخص ما يطلبه من تسجيلات ووثائق واستمارات ومحاضر فيها مصلحة عامة. وعادة ما يأتى الصحفيون فى

الصفوف الأولى بين من يطبقون قانون حرية المعلومات. وكثيراً ما يكون ذلك مثمراً. وفى تلك الأثناء تضمن القوانين على المستوى المحلى، وتشجعها وسائل الإعلام كذلك، أن تكون التجمعات الحكومية مفتوحة أمام الجمهور. واستخدام مصطلح «قوانين الشمس الساطعة» لوصف هذا التشريع يوحى بمقدار ما تحظى به الاجتماعات المفتوحة الصحية بتقدير فى الولايات المتحدة.

والمثال البارز الذى يدل على السهولة التى يحصل بها المخبرون الصحفيون حتى على المعلومات الخطيرة الخاصة بنشاط الحكومة، هو ما جاء فى صحيفة «كانساس سيتى تايمز» Kansas City Times بشأن المساعدات الخارجية فى فترة حكومة كارتر. فقد أوردت سلسلة المقالات مجموعة من المشروعات الفاشلة وأسماء مسئولى المساعدات الفاسدين. وبدت النتائج حسب أحسن تقليد للتحقيقات الصحفية الصارمة الخاص بالحكومة. وفى تلك الحالة كانت هناك وكالة فيدرالية تضيع أموال دافعى الضرائب. ولكن ربما أدرك القارئ المدقق شيئًا آخر هوّن المخبر الصحفى من أهميته. ولم يكن المصدر الرئيسى لهذه السلسلة من المقالات سوى الوكالة الحكومية المنتقدة. فقد شكّلت وكالة التنمية الدولية هيئة داخلية من المدققين والمحققين الذين أعدوا تقارير لا حصر لها، ويمكن لأى محرر صحفى أن يفضح برنامج المعونات الخارجية دون أن يخرج من البلاد. إذ كان كل ما كان يحتاجه الصحفيون هو الجلوس فى مكتبة الوكالة وتصفح الملفات.

ويشعر الجمهور بالارتياح لوصول المخبرين الصحفيين بهذه السهولة إلى أخبار الحكومة. ولكن الوصول السهل يمكن كذلك أن يبعد الصحفيين عن القصص الخبرية. فقد تعلم الساسة أن طريقة ترويض أكثر الصحفيين حماسًا هو تزويده بالمعلومات بمعدل سريع جدًا، لكى لا يكون لديه الوقت الكافى للتلفت حوله بحثًا عن أخبار غير عادية. ومندوبو الصحف بالبيت الأبيض جمهور أسير ؛ فعندما يسافر الرئيس، يعد موظفو البيت الأبيض طائرة إضافية للصحافة. وعندما يكون الرئيس داخل البلاد، يجلس مندوبو الصحف بالبيت الأبيض حوله، فى انتظار نشرات إخبارية أو أية إعلانات يصدرها مكتب السكرتير الصحفى الموجود على بعد عدة أقدام. ولا يجرؤ الصحفيون أن يتغاضوا عن المادة اليومية، لئلا تفوتهم قصة كبيرة ويثيروا غضب محررهم عليهم.

وهناك نوع من المفارقة فى هذا التقليد الأمريكى الخاص بالوصول إلى الحكومة. ففى مجتمع يفترض فيه أن الحكومة صغيرة والمبادرة الخاصة كبيرة، قد يكون من المنتظر أن يقع قدر أكبر من النشاط الجدير بأن يكون أخباراً خارج نطاق السياسة. ومع ذلك ظل القطاع الخاص ثقبًا أسود من الأخبار حتى وقت قريب. ولايزال أمام الصحافة طريق طويل لابد أن تقطعه قبل أن تؤدى صفحات المال والأعمال دورها أداء كاملاً. وبالمثل تعد أعمال البر أنشطة خاصة فى الولايات المتحدة، على عكس أوروبا التى ينظر فيها إلى مثل هذه المهام على أنها واجب الحكومة والأحزاب السياسية. ومع ذلك فقد أولت الصحافة مرة أخرى قدراً ضئيلاً من الاهتمام للمنظمات التى لا تستهدف الربح.

ولكن الأعمال التجارية وأعمال البر لا يتم تجميعها فى رءوس الأموال أو البلديات. كما أنها لا تخضع من الناحية الدستورية لمحاسبة الشعب؛ فقادتها لا يخضعون للانتخابات العامة. ولذلك فتغطيتها أكثر صعوبة.

إلا أن النموذج الأكثر تطرفًا للأخبار التى يصعب تغطيتها هو الأخبار الخارجية. وقد تكون أكثر أهمية من أى وقت مضى، غير أنه من الصعب العثور عليها فى صحيفتك، كما يوضح القسم التالى.

لماذا يساوى إنجليزى واحد عشرة فرنسيين؟

فى يوم من الأيام نشر أحد بارونات الصحافة البريطانية هذا الإعلان فى صحيفته: «إنجليزى واحد يصنع خبراً. وعشرة فرنسيون يصنعون خبراً. ومائة ألمانى يصنعون خبراً. وألف هندى يصنعون خبراً. ولا يحدث شىء بالمرة فى شيلى».

ربما يعتقد الصحفيون الأمريكيون أنفسهم أكثر تقدمًا من أبناء عمومتهم الإنجليز فى فليت ستريت.[1] ولكن ربما كان من الأسهل تعليق هذا الشعار على جدران صالة من صالات الأخبار الأمريكية.

(١) (شارع الصحافة فى لندن. (المترجم).

وفى سنة ١٩٦٢ أشار عميد كلية الصحافة بجامعة أوهايو إلى أن وكالة أنباء «يونايتد بريس إنترناشونال» United Press International لم تُطيِّرْ برقية واحدة من شيلى خلال شهر، عندما كانت تلك الدولة تعانى من انهيار اقتصادى واختار الفاتيكان مواطنًا شيليًا ليكون أصغر كاردينال فى التاريخ.

وبعد أكثر من ثلاثة عقود، تمكن أحد النقاد من أن يرصد بسهولة مشاكل مشابهة تتعلق بتناول وسائل الإعلام الأمريكية للأخبار الخارجية. وواقع الأمر أن كلاً منا فعل ذلك سنة ١٩٨٩، حيث أشرنا إلى أن شبكات التلفزيون تقصر فى تغطيتها للأخبار الخارجية، وأن الكثير من المجموعات الصحفية الكبرى ليس لديها مراسلون فى الخارج، وأنه ليس هناك مراسلون أمريكيون يعملون طوال الوقت «متمركزين فى بنجلاديش وإندونيسيا ونيجيريا - وهى ثلاث من أكبر عشر دول فى العالم من حيث عدد السكان». ومنذ ذلك الوقت قلت المساحة المخصصة للأخبار الخارجية، وقُلِّصت مكاتب الأخبار فى الخارج لأسباب مالية.

وإذا كان من المفترض أن تغطى الصحف أحداثًا تتصل بالأمريكيين، فينبغى أن تأتى الأخبار الخارجية على رأس قائمة الأولويات. ذلك أن هذا هو عصر الاعتماد المتبادل، حيث يرتبط الأمريكيون بالتنافس الكونى، والبيئة الكونية، وتوليفة الموسيقى الخارجية المسماة «الإيقاع العالمى».

إلا أن المحررين والقراء لديهم أسبابهم الوجيهة لتجاهل الأخبار الخارجية. وأحد تلك الأسباب هو التاريخ. فإلى أن تورطت الولايات المتحدة فى الحروب العالمية، ظلت معزولة نسبيًا عن سائر العالم طيلة قرنين تقريبًا. والسبب الآخر هو المال. فتعيين مراسل واحد فى الخارج يكلف عادة ٢٥٠ ألف دولار أو يزيد فى السنة. وبهذا المبلغ الكبير يمكن للمحرر أن يوظف بسهولة خمسة أو ستة مخبرين صحفيين محليين ويعطيهم مبالغ كبيرة. ولنتذكر أن مراسلاً خارجيًا واحدًا لا يمكنه القيام بكل شىء. فلكى تنقل أية صحيفة أخبارًا خارجية بحق، تحتاج إلى ما بين عشرين وثلاثين مراسلاً يتم نشرهم رغم ذلك بأعداد ضئيلة فى دول العالم التى يبلغ عددها مائتى دولة تقريبًا. وأكبر الصحف، مثل «لوس أنجلوس تايمز»، هى وحدها التى يمكنها تحمل نفقات إرسال أعداد كبيرة من المندوبين للخارج.

إن الـ ١٥٥٠ صحيفة تقريبًا التى تنتمى لاتحاد الصحافة، والكثير من الصحف المشتركة فى خدمات إخبارية أخرى تديرها هيئات صحفية كبيرة، يمكنها الوصول إلى التقارير الإخبارية الخارجية. غير أن هذه الصحف ليست لديها، رغم ذلك مساحة محددة تنشر فيها القصص الخبرية. فليس لدى أية صحيفة مساحة كافية لنشر ولو مقال قصير عن أكثر من حفنة من الدول فى يوم ما. وهذه المقالات تولى جل اهتمامها للأحداث الدراماتيكية كالثورات، وليس للقضايا الخلفية. وعندما تزيد الصحف من التغطية الخارجية، فإنها عادة ما تفعل ذلك من وجهة نظر إقليمية. فصحف الساحل الغربى تولى اهتمامًا خاصًا للدول الواقعة على المحيط الهادى التى لها معها علاقات تجارية منتعشة. أما الصحف فى الغرب الجنوبى وفلوريدا فتميل إلى أمريكا اللاتينية. ونتيجة لوجود سكان من المهاجرين فى شيكاغو، تحمل صحفها الكثير من الأخبار عن الكتلة السوفيتية السابقة. فى الوقت الذى تنال فيه أفريقيا قدراً ضئيلاً من الاهتمام فى كل الصحف اليومية الكبرى. وأول الأسباب الشائعة وراء ذلك هو أن التجارة الأمريكية مع إفريقيا ضئيلة، وثانيها أن الأمريكيين الأفارقة فى الوقت الراهن لا ينسبون أنفسهم إلى أهل إفريقيا أو بلادها.

ويعرف الجمهور الأمريكى أنه من المفترض الاهتمام بسائر العالم. ولكن الناس ليسوا متأكدين دوما من السبب وراء ذلك الاهتمام. وفى استطلاعات الرأى يقول المجيبون عن الأسئلة إنهم شديدو الاهتمام بالأخبار الخارجية - وذلك بمعدل يفوق كثيرًا ما يتوقعه المحررون. وفى الوقت نفسه توضح دراسة إثر أخرى أن فهم الأمريكيين للقضايا الخارجية من الضعف بحيث لا يمكنهم تحديد أماكن دول كبرى على الخريطة. ناهيك عن وصف المشاكل الأساسية التى تواجه تلك الدول.

وربما أمكن تلخيص الموقف كأحسن ما يكون بتعليقين على أنباء من جنوبى الحدود منذ عدة سنوات. فقد قال جيمس ريستون كاتب العمود فى «نيويورك تايمز»: «سوف يفعل شعب الولايات المتحدة أى شىء من أجل أمريكا اللاتينية سوى القراءة عنها». ورد سول لينوفيتز سفير الولايات المتحدة السابق لدى منظمة الدول الأمريكية قائلاً: «لا أعتقد ذلك. بل إنى أعتقد أنهم سوف [يقرءون]. غير

أنى أعتقد أن المخبرين الصحفيين سوف يفعلون أى شىء من أجل أمريكا اللاتينية سوى الكتابة عنها ».

ومهما كانت وجهة النظر التى يؤمن بها المرء، فالقارئ الذكى يعرف أنه بحاجة إلى ما هو أكثر من الصحيفة اليومية إذا أراد الحصول على معلومات عن شيلى.

لماذا لم يستمع المخبر الصحفى إلى قصتك ؟

كما أشرنا فى أقسام سابقة من هذا الكتاب، فإن قيود المساحة قد تترك نعيًا مطولاً نسبيًا على أرضية غرفة المونتاج، ولكن هذا ليس هو السبب الوحيد فى أن قصة مهمة لا تجد طريقها إلى الصحيفة.

وتحافظ الصحافة بغيرة على امتيازها الخاص بتقرير ما ينشر فى الصحيفة. فالقصة المفضلة لديك قد تبدو لك خبراً. أما بالنسبة لأى محرر فقد تكون مجرد دفاع ممتاز وليس خبراً.

ولا ينبع هذا الموقف من إحساس بالسلطة والذات داخل صالة الأخبار، وحسب، وإن كان هذان عاملين مؤثرين إلى حد كبير. إنها مسألة «الحكم على الأخبار». وهو عماد حرفة الصحافة.

إن القرارات الخاصة بما هو جدير بأن يكون خبراً أكثر تعقيداً مما كانت عليه قبل عقدين، عندما كانت نادراً ما تمتد منطقة المخبر الصحفى المحلى إلى ما وراء قسم الشرطة، والمحاكم، والمجلس البلدى. أما الآن فيصل الصحفيون إلى أماكن مثل مجالس إدارات الشركات، والغابات المطيرة، وقاعات الجامعة، وفى بعض الأحيان غرفة نوم أحد الساسة.

ويرجع الفضل إلى حد كبير إلى التكنولوجيا فى وجود عامل آخر يعقد عملية اتخاذ قرار بشأن الأخبار، وهو تزاحم المعلومات. فقد أدى بث الأقمار الصناعية، والمودم، وقواعد المعلومات الكمبيوترية إلى زيادة سيل المعلومات الواردة إلى صالة الأخبار مرات ومرات. ويقوم المحررون أكثر من أى وقت مضى بوظيفة الحارس (وكثيراً ما يشعرون كأنهم صبى صغير يريد أن يوقف مياه السيل بإصبعه).

وحتى لو لم يكن الصحفيون يقومون بعملية السيطرة على السيل، فإن أولوياتهم وقيمهم غالبًا ما تختلف اختلافًا كبيراً عن أولويات أفراد الجمهور الذين يسعون إلى نشر قصصهم وقيمهم.

وهذه بعض النماذج النمطية:

١- ترغب إحدى الجماعات للمحافظة على البيئة فى منع شركة استثمار عقارى من بناء منازل على منطقة مستنقعات تعيش فيها الطيور. وأهابت الجماعة بالصحافة أن تنشر افتتاحية تعارض المشروع العقارى، ولم تنفذ مديرة التحرير ذلك قائلة إن هناك حاجة إلى مزيد من المعلومات. وهنا يصيح أعضاء جماعة الحفاظ على البيئة قائلين إن الصحيفة «فى جيب المستثمرين العقاريين».

٢- رجل يصف نفسه بأنه مخترع حر يدخل صالة الأخبار ويعلن أنه وجد بديلاً مأمونًا للطاقة النووية، ولكن لا صناعة الطاقة ولا الحكومة تعيره أى اهتمام. وهو مقتنع بأن هناك «مؤامرة» لإسكاته، ويطالب بأن تنشر الصحيفة موضوعه. يجرى أحد المخبرين الصحفيين مقابلة معه، ويجرى مكالمتين هاتفيتين، وبعد التشاور مع المحرر يقول للمخترع إن الصحيفة لن تتابع قصته.

٣- تنشر صورة لفريق الموسيقى السيار بإحدى المدارس الثانوية فى صفحة الرياضة، وتكتب إحدى الأمهات خطابًا تشكو فيه للمحرر أن اسم ابنها لم يذكر فى كلام الصورة، رغم ذكر اسم طالبين آخرين فى نفس الصف. وهى تريد أن تعرف السبب وراء «التفرقة» فى معاملة ابنها.

والأمر الذى قد لا يعرفه القارئ هو أن كلا من هذه «العيوب» المزعومة ربما يكون قد نشأ عن قرار اتخذته الصحيفة بعد تفكير (بغض النظر عن النتيجة).

١- ففى حالة الاستثمار العقارى، شعرت مديرة التحرير أن الصحيفة لم تغط القضية تغطية تكفى لتبرير اتخاذ موقف تحريرى فى هذه المرحلة. أى أن كل ما فى الأمر هو أنه لم تكن هناك معلومات يعتد بها. كما أنها تذكرت

سماع تعليق منذ وقت قريب على «تكاثر البعوض» فى المنطقة التى تقع فيها المستنقعات. ولذلك فسبب عدم النشر فى هذه الحالة هو أن الصحيفة لم تكن مستعدة لنشر الافتتاحية.

٢- وفى حالة المخترع، استمع المخبر الصحفى - لكونه شكاكًا بطبعه وبسبب معاداته لنظرية المؤامرة - إلى قصة الزائر بكل صبر. وقد وجه أسئلة محددة عن الاختراع وأهل الصناعة ومسئولى الحكومة الذين اتصل بهم المخترع. وكان المخترع غامضًا بعض الشىء فيما يتصل بالأسماء والتواريخ، وكان لديه القليل جدًا من التوثيق الذى يدعم ما يقوله عن أن أحدًا لم يستمع إليه. وقد دون المخبر الصحفى ما أمكنه جمعه من معلومات وأبلغ المخترع أنه سيكون على اتصال به بعد البحث والتقصى. وعقب الاتصال بالمصادر التى يثق فيها، أصبح المخبر مقتنعًا بأنه كان يتعامل مع «حالة جنون تام لشخص لا يعرف الفرق بين الوحدة الحرارية البريطانية ووحدة النقد الأوروبى»(١)، حسبما قاله أحد مصادره فى هيئة الإنارة والطاقة. كما قال المصدر: «إنه يزعجنا منذ سنوات، ولا يمكننى أن أقول لك كم أضاع من وقت العاملين». وبذلك يكون السبب فى عدم النشر فى هذه الحالة هو أن الصحيفة لم تكن مقتنعة بمزاعم المخترع.

٣- كانت مشكلة نسب الصورة فى المقام الأول مسألة أولويات، فقد عرف محرر الصور أبرز شخصيتين فى الصورة، وكان أحدهما قائد الفرقة والثانى عازف الطبلة الأول، وقد ترك ثلاثة آخرين بدون تعريف، لأنه لم يمكنه وضع الأسماء كلها فى المساحة المخصصة لكلام الصورة (٢). وأوضح المحرر الأمر قائلا: «كان ذلك ما اقتضاه الأمر. وفى المرة التالية سوف أفكر مرتين بشأن تعريف أى منهم!»، وبذلك يكون السبب فى عدم النشر هو أن الصحيفة كانت عليها قيود تفرضها المساحة. مما يوجد خيارات على الدوام فيما يتعلق بما ينشر وما لا ينشر.

---

(١) العبارة الإنجليزية هى « wouldn't know a BTU from his butt » والمعنى الحرفى أنه لم يكن يعرف الفرق بين الوحدة الحرارية البريطانية ومقعدته، وإذا كانت هذه المقابلة جائزة فى النص الإنجليزى بين BTU وbutt هى لن تتضح لو ترجمت الكلمة الأخيرة ترجمة حرفية. (المترجم).

(٢) ومن المحتمل كذلك أن المصور لم يدون كل الأسماء وقت التقاط الصورة.

والقصص الثلاث السابقة جميعها خيالية. غير أن هناك قصصًا شبيهة تقع يوميًا في صالة الأخبار فى أنحاء البلاد، وهى تساعد على توضيح السبب فى أن لدى الصحفيين إحساسًا عاليًا فيما يتعلق بالجمهور. فالمخبرون الصحفيون يتعاملون بانتظام مع أنماط جريئة ومراوغة تحاول التلاعب بالأخبار وتلفيقها وبيعها. وهم يجتذبون كذلك شريحة ضخمة من غريبى الأطوار الباحثين عن الشهرة والثروة. وطبيعى أن يقول البعض إن هذا جزاء عادل لعمل يستهلك الكثير من طاقته بحثًا عما هو غريب، وما هو صوته عال، وما هو منحرف.

لماذا لا يكون سقوط شجرة خبرًا ما لم يره مخبر صحفى؟

كلنا نعرف الأحجية الفلسفية القديمة التى تقول: «هل تحدث الشجرة ضجة عند سقوطها ما لم يسمعها أحد؟» ومهما كانت إجابتك عن هذا السؤال، فليس هناك شك فى الإجابة عن مثيله الصحفى. فهناك أحداث جديرة بأن تكون أخبارًا فى كل مكان، فى أنحاء العالم وفى أفنيتنا الخلفية. ولكن حيثما لا يكون هناك صحفيون، أو مراقبون فوريون يمدون الصحفيين بالتفاصيل، فلن تكون هناك أخبار.

وضرورة «أن يكون هناك» هى السبب فى أن الصحفيين يفضلون قوانين الشمس الساطعة التى تتيح لهم الوصول إلى اجتماعات الحكومة. وهذا هو ما يجعلهم يُعدون مصادر لمعرفة ما يحدث وراء الكواليس. وهو أيضًا وراء قضاء من يُعدون صنع الأخبار وقتًا طويلاً فى قطع الأشجار بطريقة لا تجعل بإمكان الصحفيين تجنبهم.

ورغم شعور الجمهور فى كثير من الأحيان بقلة سيطرته على الأخبار، فإن بإمكان المواطنين توجيه الأساليب والطقوس الصحفية لمصلحتهم. وهذه بعض الطرق التى توجه بها المصادر الأخبار.

أول الخطوات وأهمها هى تقديم القصة. فالصحفيون كغيرهم من الناس يريدون معرفة ما سوف يحدث قبل أن يقع بالفعل. ومن بين أشياء أخرى، يكون من الأسهل على الصحفيين صنع قصة ما عندما يمكنهم التخطيط لها. ولذلك

يحتفظ المحررون بما تسمى في بعض الأحيان «دفاتر اليومية» التى يضمنونها قوائم بالأحداث المرتقبة. وعلى سبيل المثال، سوف يرجع محرر المحليات إلى دفتر اليومية عندما يعطى تعليمات يومية لمخبرى التكليفات العامة. أما المحررون الذين يحققون الانفرادات الخاصة بهم فيحتفظون بمفكراتهم التى تحتوى على القصص المرتقبة. وتبذل المصادر جهدها للمساعدة فى إرسال إعلانات مسبقة إلى المحررين والمخبرين الصحفيين، أو حتى بالاتصال بهم تليفونيًا لتذكيرهم بما سيحدث.

وتتخذ النشرات الصحفية press releases خطوة متقدمة أكثر. فهى تنبه الصحفيين إلى قصة ما، وتعطى فى الوقت نفسه مصدر النشرة فرصة إبراز تلك الجوانب من القصة التى يعتبرها الأكثر أهمية. والنشرة الصحفية النمطية تتضمن مقتطفات وإحصاءات يمكن أن يستخدمها الصحفيون. ومن المفترض أن يتخطى المخبرون الصحفيون النشرة الصحفية ويكتبون قصصًا خاصة بهم. أما الصحف الأقل احترافًا فتنشر النشرة الصحفية بالحرف.

ولا شك فى أن للتوقيت أهمية كبرى فى توجيه الأخبار. وقد أدرك تلك الحقيقة اللورد دوسون أوف بن طبيب الملك جورج الخامس إدراكًا جيدًا فى الواقع، كما أوضح فى مذكراته التى ظهرت للنور بعد عدة سنوات. فعندما أوشك الملك على الموت سنة ١٩٣٦ أعطاه دوسون توليفة قاتلة من المورفين والكوكايين. وبذلك ضمن ظهور الخبر فى « تايمز » حدوث الوفاة فى الوقت المناسب، وليس فى الصحف المسائية الأقل شأنًا. وللتأكد من عدم حدوث أية أخطاء، جعل دوسون زوجته تنبه صحيفة «تايمز» الملكية أن الإعلان فى سبيله للظهور.

ومع أن موت الرحمة فيه شيء من التطرف، فالمصادر عادة ما تهتم بتوقيت النشرة الصحفية. وهى فى بعض الأحيان تفعل ذلك لحجب المعلومات لبعض الوقت. وغالبًا ما تفعل ذلك لضمان أن عددًا كبيرًا سينقل القصة.[1] والتكنيك القياسى هو فرض حظر على النشر. فالحظر يمنع المحررين من نشر القصة حتى تاريخ معين (وعادة ما يكون ساعة بعينها). ويضمن هذا توزيعًا واسعًا للنشرة بينما يقلل احتمال نشر صحيفة واحدة قبل غيرها، وبالتالى تكون خلوًا من قيمتها الإخبارية بالنسبة لمن يحتجزونها. ويقدر الصحفيون الحظر لأسباب عديدة. فهو يوفر لهم الوقت لكتابة قصة مقنعة. كما أن انتهاك الحظر قد يجعل الصحفيين

الآخرين يلومون من يقوم به، وربما أدى إلى تجميد المصدر له فى المستقبل[٢]. ويمكن كذلك فرض الحظر على الخطب والوثائق، مثل الميزانية السنوية للحكومة الفيدرالية، بل وعلى كتب مثل هذا الكتاب.

ويراهن الحظر على تفضيل الصحفيين للأخبار المدوية. فالوقت المحدد للنشر يقدم الشكل الخارجى للحدث: «ذكرت اليوم مصادر اتحاد مُصنِّعى الإطارات أن. .». إلا أن الطريقة الأفضل لإعطاء المخبر الصحفى شجرة سقطت لتغطية أخبارها هى المؤتمر الصحفى.

وتمثل المؤتمرات الصحفية بعض الاحتمالات بالنسبة لمن توجه لهم الدعوة. إذ يمكن للصحفيين أن يوجهوا أسئلة، وغالبًا ما تكون أسئلة غير مريحة. إلا أن الحدث نفسه يتيح للمنظمين الفرصة لتوصيل رسالتهم بطريقتهم، وهو ما يسمح لهم بصنع الخبر. ومن يعقدون المؤتمرات الصحفية لا يأتون بمنتقديهم للمنصة.

ولا يكون للمؤتمرات الصحفية وجود بدون حضور الصحفيين. ولكن هذه ليست مشكلة بالنسبة لمعظم القادة الكبار. فالموظفون العموم، ورؤساء الاتحادات، وقادة الشركات يتوقعون حضوراً جيداً إذا عُرف عنهم تقديم المعلومات التى تتميز بقدر كبير من الإثارة للمخبرين الصحفيين. أما بالنسبة للمجموعات والأفراد الأقل حجمًا وشهرة، فلن يجتذب المؤتمر الصحفى المخبرين الصحفيين. فى حين نجد أن المشردين وأعضاء الحركات المناهضة للحرب وغيرهم من أصحاب القضايا

---

(١) يلاحظ أنه فى بعض الأحيان يكون من الحكمة إعطاء قصة مبكرة لمخبر صحفى دون سواه. وعندما يجد المخبر أن القصة بين يديه هو وحده يكون أكثر ميلاً لنشرها، وكان جورج واشنطن قد أعطى نسخة من خطاب الوداع الشهير لصحيفة صديقة هى «كلايبولز أمريكان ديلى أدفيرتايزر Claypool's American Daily Advertiser.» .

(٢) يحدث فى حالات نادرة أن يشذ المخبرون الصحفيون عن زملائهم، وما أن ينشر شخص ما القصة غير عابئ بالحظر حتى يصبح أى مخبر صحفى حراً فى كتابة القصة على الفور، ووقعت إحدى أشهر الحالات التى شذ فيها صحفى عن زملائه فى نهاية الحرب العالمية الثانية. فقد سمح لعدد محدود من الصحفيين بحضور توقيع الاستسلام الألمانى فى بلدة ريمز، إلا أنهم أبلغوا ألا ينشروا الحدث حتى حصولهم على تصريح معين من الجنرال المسئول عن العلاقات العامة، وكتب إدوارد كنيدى مراسل «أسوشيتد بريس» القصة على أية حال، ووضعت «نيويورك تايمز» القصة على صفحتها الأولى يوم الثلاثاء، وفى يوم الخميس نشرت افتتاحية تتهم فيها كنيدى بـ«الإساءة إلى مهنة الصحافة».

الخاصة يتظاهرون أمام البيت الأبيض كل يوم ـ بل إن بعضهم يعيشون هناك فى خيام مؤقتة ـ وتمر عليهم الصحافة كل صباح فى طريقها لقاعة المؤتمرات الصحفية بالبيت الأبيض.

ولا يعنى هذا أن الجماعات المناوئة لا يمكنها بحال أن تصنع أخباراً. فهناك طرق أخرى لصنع الأحداث بالإضافة إلى المؤتمرات. فالمظاهرات والاعتصامات والمسيرات يقصد بها لفت أنظار الأخبار لوجهة نظر ما وكثيراً ما نجدها أجدر بأن تكون أخباراً من المؤتمرات. وقد يشعر ضحايا الإيدز على سبيل المثال بأن مصيبتهم لا تحظى بالقدر الكافى من دعم الحكومة. وربما لا يكون لديهم فى الوقت الحالى دراسة يوزعونها على الصحفيين قد تضمن لهم عقد مؤتمر صحفى. إلا أن مسيرة كبرى فى واشنطن، مع لافتات تحتج على إهمال الحكومة، ربما تحظى باهتمام وسائل الإعلام. وهو ما يخلق بدوره اهتمامًا حكوميًا ويولد المزيد من العمل الحكومى.

وقد وعى الإرهابيون الدرس ذاته. فهم لا يفجرون المبانى لأنهم مهتمون فى المقام الأول بتشويه الناس وتدمير الممتلكات. بل إن هدفهم الأساسى هو صنع الأخبار، وجذب الاهتمام نحو قضاياهم، وتشكيل سياسات معارضيهم. وبهذه الطريقة يمكنهم أن يحققوا نجاحًا ضخمًا. وفى أوائل السبعينيات اختطف جيش التحرير السيمبايونى باتريشا هيرست ابنة ناشر صحيفة «سان فرانسيسكو إجزامينر» San Francisco Examiner. وأشار ناقد إعلامى فى ذلك الوقت إلى أن الصحيفة «بذلت كل جهد لنشر كل « بيان » صادر عن الجيش بدون تعليق».

ويفرح معظم المخبرين الصحفيين بالحظر والمؤتمرات الصحفية التى تعقدها المؤسسة الحاكمة. فهذه الأدوات جزء من الروتين الإخبارى. ولكن عندما يحاول الإرهابيون توجيه الأخبار، يشعر الصحفيون بعدم ارتياح.

كلام جانبى: خمس طرق لصنع الأخبار

فى ظل وجود الوكالات الحكومية، وأعضاء المجالس النيابية، وجماعات المصالح الخاصة الذين يتنافسون على جذب الاهتمام، غالبًا ما يكون من الواجب على المرء أن يكون مبدعًا. وهذه خمس طرق تشق بها طريقك إلى الصحيفة.

اربط القصة بقصة لابد أن يغطيها المخبرون الصحفيون. فإذا أردت أن تصدر تقريراً عن البطالة، انتظر حتى يوم الجمعة الأول من الشهر. فهذا هو اليوم الذى تصدر فيه إدارة العمل إحصاءاتها الشهرية عن البطالة، والصحفيون يبحثون دائمًا عن زاوية جديدة عند نقلهم لهذه القصة الروتينية. وسوف يستحق تقريرك على أقل تقدير بضع جمل تستهل شيئًا مثل: «وفى تطور يتصل بهذا الموضوع حدث اليوم..».

تحايل لإيجاد فرصة لالتقاط صورة. عندما أراد موظفو العلاقات العامة بوكالة التنمية الدولية لفت الانتباه إلى الأموال التى وفروها خلال العام، رتبوا ما يسمى فى نطاق البيت الأبيض فرصة صورة. فصور الرئيس وهو يتلقى تقرير إحدى الوكالات الحكومية نادراً ما تنشر فى الصحف. ولكن هذه الصورة كانت مختلفة. وقد أهدى رئيس وكالة التنمية الدولية الرئيس شيكًا بالحجم الكبير طوله خمسة أقدام يبين الملايين التى أعيدت إلى الخزانة العامة. ودائما ما يحوم محررو الصور بحثًا عن صورة رائعة يزينون بها الصحيفة. وحتى المحررين المتشائمين يستخدمون هذا النوع من الصور.

قدم للمخبرين والمحررين زاوية لايسعهم مقاومتها. إذا أردت نشر إعلان عن تشريع يحد من التلوث السمعى، اعقد مؤتمراً صحفيًا بالقرب من موقع بناء فيه آلات حفر الصخور والأسفلت تصدر صوتًا مزعجًا. فعل ذلك السناتور تشارلز جوديل من نيويورك منذ سنوات، ولم يسع المخبرون والمحررون سوى أن يكتبوا مقدمات مثل: «أعلن السناتور جوديل اليوم وهو يكاد يغرق فى الضوضاء أن..».

ازرع الفكرة وكأنها شائعة. يحب الصحفيون تصيد الحقيقة التى فى الشائعة. وقد استفاد من ذلك أحد أعضاء الكونجرس منذ عدة سنوات. فعندما انتشر خبر استقالة أحد الوزراء، أوعز إلى مستشاره الصحفى بالاتصال بمخبر صحفى، وقال المساعد للمخبر: «اسمع، تصلنا مكالمات تليفونية منذ الصباح من مخبرين صحفيين يقولون إن رئيسى عليه الدور فى المنصب. وبينى وبينك، لم نسمع شيئًا من البيت الأبيض مباشرة حتى الآن. فهل لك أن تؤدى لى خدمة وتتأكد من الموضوع؟».

اتصل المخبر بمندوب الصحيفة فى البيت الأبيض، الذى سأل بدوره زملاءه. وبحلول الساعة الرابعة كان اسم عضو الكونجرس يتردد بين كل مندوبى الصحف فى البيت الأبيض. وقال السكرتير الصحفى للرئيس إنه لا يمكنه التعليق على ذلك الأمر لحين استعداد الرئيس لإذاعة إعلانه، وهو ما زاد التكهنات قوة. وفى الساعة السابعة كان اسم عضو الكونجرس أحد ثلاثة أسماء فى الأخبار المسائية على شبكات التلفزيون باعتباره مرشحًا، وكان موظفو البيت الأبيض يفكرون فيه. ومع أن عضو الكونجرس لم يكن الخيار النهائى، فهو لم يشك. فقد حظى بدعاية كثيرة لها تأثيرها على أبناء دائرته الانتخابية.

كن رئيسًا. عندما اكتشفت وسائل الإعلام أن جورج بوش لم يكن يحب البروكولى، أقبلت بلهفة على القصة. فحقيقة الأمر أن كل شىء تفعله وأنت رئيس يعد خبراً.

لماذا يحب الصحفيون الناس أكثر من حبهم للأفكار؟

فى كل مرة تكون هناك حملة انتخابات رئاسة، يشكو الساسة من أن وسائل الإعلام تولى اهتمامًا أكثر من اللازم للشخصيات، فى حين لا تعير القضايا القدر الكافى من الاهتمام. ويذكر الناخبون الشكاوى ذاتها فى رسائلهم إلى المحرر ومكالماتهم إلى البرامج الجماهيرية.

ويوافق الصحفيون فى الغالب على هذا الكلام. فهم يقضون وقتًا طويلا فى لوم أنفسهم عندما تظهر نتائج الانتخابات ويكون لديهم متسع من الوقت للتفكير، وبعد ذلك يعيدون الكرة مرة أخرى فى الانتخابات التالية.

ويدرك الصحفيون أهمية الأفكار. وكثيرون منهم يجرون التجارب فى تغطية الحملة الانتخابية، لإعادة تشكيل ما يسميه أحد أباطرة الأخبار ثقافة صالة الأخبار «الصائدة اللاقطة» التى تبرز عملية جمع المعلومات وتهون من أهمية المعلومات ذاتها. بل إن من هم أكثر اهتمامًا بتغيير المسار لابد أن يواجهوا الريح المعاكسة القوية التى تدفع الصحفيين فى اتجاه الكتابة عن الشخصيات. ليس فقط فى السياسة، وإنما بصورة عامة.

أحد أسباب ذلك هو جذب القراء. فكثيراً ما تكون الأفكار مملة أو جافة على أقل تقدير. ويعلق كالفن تريلين على ذلك قائلاً: «كثيراً ما يشكو المخبرون الصحفيون من أنه لا يمكنهم الكتابة عن أحد برامج الحكومة المهمة ـ مثل المشاركة فى العوائد العامة ـ لأنه ليس فيه أى بشر». واللازمة الشائعة فى صالة الأخبار هى «عليك بزاوية الاهتمام الإنسانى» كى تجعل المجرد يبدو حقيقيًا.

وهذا البحث عن زوايا الاهتمام الإنسانى مغر. ولننظر إلى هذا التقرير الصادر عن وكالة «أسوشيتد بريس» فى شهر مايو سنة ١٩٩٣:

بعد ثمانية اشهر من فقده لأمه بسبب التسمم الكحولى، شاهد طفل فى الثامنة البرق يضرب أباه ويقتله فى أثناء زيارته لقبرها دون ان يسعه هو القيام بشىء.

وذكرت مصادر الشرطة ان بوبى ج. لو البالغ ٣٩ سنة من اربيوتس وابنه جويى كانا قد انتهيا لتوهما من وضع زهرة على قبر لورا فوفر، حين انتقلت موجة من العواصف الرعدية العنيفة إلى المنطقة ليلة الأربعاء.

وفى الوقت الذى ضرب فيه البرق والرعد المنطقة، احتمى الأب والابن بشجرة صنوبر كبيرة فى جبانة لودون بارك جنوب شرقى بالتيمور.

وذكر الضابط كريج روسمارك انه عقب ذلك مباشرة ضربت صاعقة الشجرة فى منتصفها ثم ضربت لو، الذى يبدو انها أصابته فى ميدالية القديس كريستوفر التى كان يعلقها فى رقبته.

وليس بالخبر الكبير أن يفقد طفل ثانى والديه، رغم مأساوية الأمر. ولكن عندما تخلق الحقائق دراما إنسانية صغيرة، كما هو الحال هنا، وتكتمل بمفارقة ميدالية القديس كريستوفر التى اجتذبت البرق، فلا يكون هناك سبيل لمقاومة القصة ـ وتظهر فى الصحف فى أنحاء البلاد.

ويردد كثيرون رأى البطل البريطانى فى رواية Ruggles of Red Gap: «مرة أخرى يحدث ما يجعلنى أتعجب من إحدى غرائب الصحافة الأمريكية، وهى شغف طفولى أكيد بالغرائب والعجائب المستغربة». كما أنهم يشكون من أن الصحافة بتركيزها على البشر تهون من قدر الأخبار المهمة. فعندما يُرفض مرشح للمحكمة العليا لأنه جرب الماريجوانا وهو طالب بالجامعة، يلوم المنتقدون

الصحافة لأنها خرجت عن خط العرض الجاد لمؤهلات المرشح . وعندما يخصص مقال عن رئيسة وزراء زائرة فقرة كاملة عما كانت ترتديه ، تنهال الرسائل من القراء الغاضبين يشكون فيها من أن الصحيفة ما كانت لتولى هذا الاهتمام لأحد الرجال ـ وبالإضافة إلى ذلك ، من يهمه هذا ؟

ويلوم كثيرون التلفزيون على إبرازه هذا النوع من التقارير . فعندما كان ألفريد سايكس رئيسًا للجنة الاتصالات الفيدرالية أوضح كيف أنه حتى أفضل برامج التلفزيون الإخبارية تتحاشى القضايا الجادة . وأشار وهو يلفت الانتباه إلى أحد أفضل البرامج الإخبارية ، وهو برنامج Nightline على شبكة «إيه بى سى» ، إلى أنه فى الثمانينيات خصص تد كوبل ستة برامج من بين ١٨٥٠ برنامجًا لعجز الميزانية الفيدرالية وثمانية للسمنة وسقوط الشعر ، وتسعة لإلفيس والروك أند رول والفيديو .

ولكن الناس يحبون قصصًا عن الناس . ولاحظ نجاح مجلة «بيبول» People وعدد القراء المنخفض نسبيًا لـ «نيو ريببليك» المهتمة بالقضايا الجادة . فحتى القراء أصحاب العقول الجادة يرغبون فى الحصول على معلومات عن الناس . ذلك أن القصة التى يراها أحد القراء تافهة لها معنى كبير لدى غيره . فعلى سبيل المثال يعتقد كثير من القراء المثقفين أن حياة الزعماء السياسيين الخاصة تؤثر على قدرتهم على الحكم . صحيح أن حياة السياسى الجنسية لا علاقة لها بفضائل برنامجه السياسى ، غير أن كثيرين يعتقدون أنها تشى بما هو أساسى عن شخصيته . بل إن النكتة الخارجة التى يلقيها أى زعيم سياسى يمكن أن تصبح خبرًا . وفى سنة ١٩٧٤ روى وزير الزراعة إيرل بوتز هذه النكتة التى نقلت على نطاق واسع : سئلت امرأة إيطالية عن موقف البابا من تحديد النسل فأجابت «من لا يلعب اللعبة لا يضع القواعد» . واعتقد قراء كثيرون أن نكتة بوتز مهينة ورأوا أنه غير مناسب لتولى منصب عام رفيع المستوى . وفقد بوتز بعد ذلك منصبه ، عندما ألقى نكتة عنصرية خارجة .

وصحيفتا «وول ستريت جورنال» و«كريستيان ساينس مونيتور» Christian Science Monitor من بين المطبوعات الشهيرة التى تبحث كيفية تأثير القضايا العامة على الحياة اليومية . وقد أتقنتا بطريقتهما الخاصة تكنيكًا يسمى تقرير «تاريخ

الحالة» الذى يلقى الضوء على فرد واحد باعتباره مجازاً لاتجاه اجتماعى، أو سياسة اقتصادية، أو تطور سياسى.

وتقول كريستين هيلمور مراسلة «كريستيان ساينس مونيتور»: «إذا عرَّفنا الصحافة بأنها رصد الأفكار والأفعال الإنسانية، فهى لابد أن تكون عن الناس». وهى تشير إلى الأهمية الخاصة لهذا النوع من الصحافة بالنسبة للمجتمعات المستقلة بقولها «عندما تُروى القصص وتُرسم الصور الكلامية عن أثر مشروع [بعينه] على حياة الأفراد، يستجيب القراء، وربما يستحثهم ذلك على العمل».

لماذا تقرأ كثيراً جداً عن القطط الضالة؟

الصحف شأنها شأن من يديرونها لها شخصيات ذات صفات مميزة، ونقاط ضعف، وأفضليات. وفى بعض الأحيان تكون الإدارة غريبة الأطوار، وأحياناً أخرى تكون فلسفة الصحيفة هى التى تفرز الأطوار الغريبة. وفى بعض المرات لا يرى القراء خصوصية فى كتابة إحدى القصص. ولكنهم كثيراً ما يتكون لديهم إحساس بما يحرك صحيفة من الصحف.

وشخصيات الصحف هى أسهل ما يمكن التعرف عليه. فصحيفة «نيويورك بوست» New York Post تتعمد الإثارة، حيث تحوى قدراً كبيراً من القصص الخبرية عن الجريمة وما هو مستغرب. ويرى المحررون أن جمهورهم من الطبقة العاملة يرغب فى التسلية وفى سماع صوت يعبر عن إحباطاته. وكانت «كريستيان ساينس مونيتور» قد تأسست كترياق لـ «الصحافة الصفراء». وهى تسعى لأن تكون صوتاً إنسانياً جادة يقبله قراؤها المتعلمون الليبراليون. وهناك صحف أخرى تعكس فكر أصحابها السياسى، مثل صحيفة «مانشستر يونيون ليدر» Manchester Union Leader شديدة المحافظة فى نيوهامبشاير التى أسسها الراحل ويليام لوب، وهو الرجل الذى أطلق صيحة إدموند ماصكى.(١)

---

(١) المرشح الديموقراطى لرئاسة الولايات المتحدة إدموند ماصكى أذرف دموع الغضب والإحباط فى مؤتمر صحفى سنة ١٩٧٢ فى نيو هامبشاير شكا فيه من انتقاد لوب لزوجة ماصكى. ويعزى أداء ماصكى السيئ فى الانتخابات الأولية فى نيوهامبشاير إلى حد كبير لحادث «البكاء».

وفى بعض الأحيان يكون انغماس إحدى الصحف فى أهوائها أقل وضوحًا. لنقل مثلاً إن الصحيفة بها الكثير من قصص القطط الضالة. فما هو السبب؟ ربما كان الناشر أو زوجته لديهما شيء بخصوص الحيوانات المهجورة. أو لنقل إن الصحيفة تولى قدراً كبيراً من الاهتمام للوقاية من الحرائق فى المجتمع. فهل السبب هو أن المحرر رجل مطافئ متطوع؟

وأولت صحيفة «نيويورك تايمز» لسنوات كثيرة اهتماماً خاصًا بموضوع واحد، وهو التجميل. فقد كرست إيفيجينى أوكس سالزبورجر، كبيرة العائلة التى تمتلكها، حياتها لتشجير الأماكن العامة. وبناء على ذلك لم تتعامل صالة الأخبار فى «نيويورك تايمز» باستخفاف مع هذا الموضوع. وعاد هاريسون سالزبورى، وهو أحد مراسلى الصحيفة النجوم فى الخارج، من مهمته فى روسيا بجائزة بوليتزر. وكانت أولى المهام التى كلف بها هى تغطية إجراءات حماية الصحة العامة.

وكانت القضية بالنسبة لعائلة هيدرمان، التى كانت تمتلك الصحف الصباحية والمسائية فى جاكسون بولاية مسيسيبى، هى المُسْكرات. فبما أن أفراد عائلة كانوا من المعمدانيين المتعصبين، فقد كان لهم رأى سيئ فى المشروبات الروحية. ولم يجرؤ أى مخبر صحفى على أن يذكر فى استمارة النفقات ثمن كأس المارتينى الذى يشربه مع وجبة الغداء. ورفضت صحيفتا «كلاريون ليدجر» Clarion-Ledger و«ديلى نيوز» Daily News اللتان تملكهما الأسرة نشر أية إعلانات عن المشروبات الروحية، رغم ما وراء ذلك من خسارة مالية. كما استغلت الأسرة نفوذها للضغط من أجل إصدار الولاية لقوانين تمنع المطبوعات الأخرى التى تطبع فى ميسيسيبى من نشر إعلانات المشروبات الروحية.

أما صحيفة عائلة بلوك فى توليدو، وهى «بليد» Blade، فقد ضغطت بشدة من أجل فتح الولاية لمزيد من المكاتب الحكومية فى المدينة. وتشكو افتتاحيات الصحيفة من أن حكومة أوهايو تتجاهل توليدو، وقدم ناشر الصحيفة ما يثبت ذلك فى برلمان الولاية. غير أن حماس العائلة لم يتوقف عند هذا الحد. وكما يعترف المخبرون الصحفيون سراً، فإنهم يشعرون بضغط لعرض الموضوع فى صفحات الأخبار حينما يمكن ذلك ممكنًا، مع إعطائه دفعة إيجابية.

وكان الكولونيل روبرت «بيرتى» ماكورميك صاحب صحيفة «شيكاغو تريبيون» Chicago Tribune يتلون مع الظروف. فقد كان يُكنُّ حبًا شديدًا للزى العسكرى (حيث خدم تحت قيادة الجنرال جون ج. بيرشنجَ فى الحرب العالمية الأولى) وملابس ركوب الخيل (التى كان يرتديها أحيانًا فى العمل). ومع أنه كان له ترزى وصانع قبعات وصانع أحذية بريطانيون وكانت له شوارب على الطريقة البريطانية، وكان يتحدث بلكنة بريطانية بعض الشىء، فقد كان مناوئًا لبريطانيا بصورة كبيرة. وهو ما اتضح فى تغطية الصحيفة الإخبارية. وكان بيرشنج يعتقد أن التهجى البريطانى التقليدى كان بحاجة إلى الإصلاح الأمريكى، حيث استغل صحيفته لشن حملة تتبنى ذلك. ومن بين مفردات كثيرة، تحولت كلمات مثل freight, though, phantom, island, catalogue إلى frate, tho, fantom, iland, catalog. إلا أن الصحيفة عادت من جديد إلى التهجى القياسى سنة ١٩٧٤. غير أن هذا كان بعد رحيل الكولونيل بعشرين سنة، حيث كانت بعض تهجياته الغريبة، مثل catalog، قد لقيت قبولاً كبيراً.

ويروى المؤلف والصحفى جوزيف ميتشل قصة عمله القديم فى صحيفة «نيويورك هيرالد تريبيون» New York Herald Tribune التى حظر أصحابها استخدام كلمة «دم» فى قصصها. وأدى هذا إلى صعوبة تغطية أعمال القتل التى تقوم بها العصابات مثل حادث قتل كانت فيه « مؤسسة صغيرة تبدو وكأن الدم دفع داخلها من خلال خرطوم».

بل إنه حتى «كريستيان ساينس مونيتور»، التى تتباهى بالتغطية المسئولة، تنحاز انحيازاً شديداً ضد الشئون الطبية. وهذه السياسة وضعتها كنيسة العلم النصرانى صاحبة الصحيفة، التى تدعو إلى عدم اللجوء للأطباء والدواء. إلا أن الصحيفة كيفت نفسها مع وباء الإيدز. فبعد الكثير من مراجعة الذات داخل صالة الأخبار بشأن القيم والدوافع الخاصة بالصحيفة، أخذت «كريستيان ساينس مونيتور» تولى اهتمامًا بهذا الخطر الذى يهدد الصحة العامة.

ونادراً ما تفسر أية صحيفة السبب وراء وضع قصة ما فى الصفحة الأولى أو تغطيتها تغطية موسعة، حتى ولو أثار القرار جدلاً عاصفًا فى صالة الأخبار.

والصحافة بهذا المعنى تشبه المسرح كثيراً. فليس من المفترض أن يرى الجمهور ما يحدث فى الكواليس. ولم يكن القراء عموماً على علم بالأسى الشديد داخل «واشنطن بوست» بشأن تغطية ووترجيت، وداخل «نيويورك تايمز» سنة ١٩٧١ قبل نشرها لأوراق البنتاجون، وهى الوثائق الحكومية السرية التى تلخص التورط الأمريكى فى فيتنام.

ولكن شخصيات الصحف تشكل الأخبار. فبعض الميول والأهواء تشكل عائقًا، فى حين يجعل البعض الآخر الصحيفة أكثر تشويقًا ويفرز تغطية إخبارية جيدة. وقد عالج سالزبورى مهمته الخاصة بقمامة المدينة لصحيفة «نيويورك تايمز» بحيوية وحماس. وكانت سلسلة تحقيقاته عن جمع قمامة نيويورك قد أكسبته جائزة أخرى.

لماذا تفضل الصحف القصص الخبرية الخاصة بها ؟

تفضل الصحف نشر قصص يكتبها صحفيون من هيئة تحريرها، بدلاً من تلك التى يكتبها مخبرو الصحف أخرى. فما جدوى دفع أجور المخبرين الصحفيين إن كنت لا تستفيد منهم؟ ويعتقد المحررون كذلك أن هيئة التحرير الخاصة بكل منهم يمكنها القيام بأفضل الأعمال. كما أنهم يعرفون نقاط قوة مخبرين ونقاط ضعفهم أفضل من معرفتهم بالمخبرين من الهيئات الأخرى. يضاف إلى ذلك أنه إذا كانت صحافتنا مستقلة بالقدر الذى تزعمه، فمن الطبيعى أن ترغب أية صحيفة فى أن يكون لها منتجها الخاص الفريد.

وهناك كثير من الحقيقة فى هذه المحاجات. غير أنها تستبعد صفة التفاخر شديدة الإنسانية.

وصحيح أنه يمكن أن يكون للصحف مخبرون فى كل مكان فيه أخبار. وكلما صغرت الصحيفة كان اعتمادها أكبر على مساعدة خدمات وكالات الأنباء ومؤسسات بيع المواد الصحفية syndicates، التى تعد بمثابة تجار الأخبار بالجملة فى البلاد. ولكن عندما يقع حدث كبير بالفعل، فإن إرسال كاتب من هيئة تحرير الصحيفة يعطيها إحساسًا بالتفاخر. وهذا هو السبب فى أن آلاف الصحفيين يرسلون كل عام إلى كأس السوبر، وإلى المؤتمرات السياسية كل أربع سنوات،

وإلى الحروب التى تنشب من حين لآخر فى الخارج، وهو ما يحمل أصحاب الجريدة تكلفة غير عادية. ويبرر المحررون هذا التبذير فى الإنفاق بقولهم إنهم بحاجة إلى «الزاوية المحلية» ـ وهى تغطية أخبار مشجعى المدينة ووفدها وجنودها وهلم جرًا. إلا أن الدافع الأول عادة ما تكون علاقته بخدمة القارئ أقل من علاقته بترويج الصحيفة ـ حيث تجعل توقيع المدينة (اسم الكاتب) فوق القصة الكبيرة مصحوبًا بعبارة «مراسل الصحيفة». وينظر إلى هذا على أنه ذلك النوع من موضوعات الصدارة التى تفوز بالجوائز.

ويرى المحررون فى الصحف ذائعة الصيت أن قليلاً من الأشياء ما يؤلم مثل ألم الاضطرار إلى طبع عبارة «من خدمات الأخبار» أو «وكالات الأنباء». ذلك أن القاعدة المفضلة هى أنه ينبغى على رجالنا أن يكتبوا القصة، إذا كانت تستحق النشر فى الصفحة الأولى. وعندما لا يحصلون على القصة بأنفسهم، فإنهم يميلون أكثر إلى دفن نسخة وكالات الأنباء داخل الصحيفة أو يتجاهلونها وحسب. أما الصحف الصغيرة فلديها قدر أكبر من الاستعداد لنشر قصص وكالات الأنباء، حتى وإن كانت عن أحداث محلية. وعادة ما تعيد الصحف صياغة الفقرات القليلة الأولى من تقرير وكالة الأنباء، وربما تضيف حقيقة أو اثنتين، وتنشر القصة على أنها خاصة بها. (١)

غير أنه من الخطورة التعميم. فبعض الصحف العالمية أقل خصوصية بشأن التقارير الإخبارية. فعلى سبيل المثال، تستفيد صحيفة «شيكاغو تريبيون» من نسخة وكالة الأنباء بصورة كبيرة إلى حد ما. وهذا يفرغ مراسليها لجمع أخبار أخرى أو بحث القصة الرئيسية بعمق أكثر.

وهناك أمثلة لا حصر لها لتشويه عقلية الخصوصية للأخبار. وبرز أحد هذه الأمثلة عندما كان الرئيس كلينتون يختار نائبًا عامًا. فقد كانت «واشنطن بوست»

---

(١) يقول مندوبو الصحف إن هذا عدل. فنادراً ما تنسب «أسوشيتد بريس» «المقتطفات» المأخوذة من الصحف إلى أصحابها، وهى ممارسة مسموح بها فى اتفاقية تعاونها مع الصحف الأعضاء. كما أن وسائل الإعلام المسموعة والمرئية لا تنسب شيئًا لمن لا يعملون بها، ما لم تكن مضطرة لذلك، كأن تكون حقوق النشر محفوظة لشبكة أخرى أو لإحدى الصحف.

بطيئة فى تجاوبها مع الجدل المتزايد حول انتهاك المرشح زو بيرد المحتمل لقوانين العمل التى تحكم العمال المهاجرين. فقد «أذاعت» صحيفة «نيويورك تايمز» أول قصة، وأكد المحرر التنفيذى لـ «واشنطن بوست» أن صحيفته «ربما كانت أقل تحمسًا بشأن متابعة ما انفردت به صحيفة منافسة».

ولكن هل يهم القراء حقًا أى الصحف هى التى نشرت القصة أولاً أو من الذى يظهر اسمه عليها؟ معظم الاستطلاعات ترد بالنفى على هذا التساؤل. فالقراء مخلصون لكتاب الأعمدة والتحقيقات المفضلين لديهم، إلا أنه لا يهمهم بصورة عامة من الذى يكتب معظم المواد الصحفية. إن المخبرين الصحفيين هم من يراقبون التوقيعات والمحررين هم من يهتمون أكثر من غيرهم بأن يكون رجالهم على الساحة. وعلى أية حال، فهم لا يرغبون فى أن يسبقوا أية صحيفة أخرى لكى يكون لديهم مزيد مما يتباهون به فى المؤتمر السنوى للمحررين.

لماذا لا تذكر أى من صحف الأسرة كلمة «قرف»؟

أى إنسان يبحث عن رجل أسرة بحق يخشى الرب فى مجتمع الصحفيين ليس مضطراً لأن يبعد عن تشارلز ألكسندر. ونحن نعرف هذا، حيث تربطنا صداقة جيدة بشارلى، وهو شيخ الكنيسة المشيخانية Presbyterian Church، منذ ذلك الوقت الذى شعر فيه بأن عليه أن يترك صحيفة «ديتون جورنال هيرالد» Dayton Journal Herald لنشرها كلامًا سيئًا. ونحن نرى أنه نموذج حى للقيود التى غالبًا ما تفرض على أية صحيفة أسرة.

وقصة رحيل شارلى المفاجئ عن «ديتون جورنال هيرالد» تتمحور حول مقتل أحد موظفى وزارة الخزانة المحليين على يد زميله كاسبر كارول جبسون. فقد حصلت الصحيفة على نسخة من إفادة جبسون الخطية. ومن بين الاقتباسات التى نشرتها الصحيفة كانت تلك التى يقول فيها جبسون: «كان مكشراً عن أنيابه، وكان يصرخ فىّ. وصرخ بما معناه «جبسون، اللعنة، إنك تنكح أسرتى، إنك تنكح مستقبلى، لن أدعك تفعل ذلك. سأقتلك قبل أن تقوم به». وطبقًا لما قاله جبسون فإن زميله سحب حينذاك مسدسًا من جيبه. كما يقول: «أمسكته بكلتا يدى ودفعته، وكان هناك صوت مرعب، فقد انطلق المسدس اللعين».

دافع شارلى عن قرار استخدام كلمة «تنكح» على أساس أنها تنقل جوهر الحدث الذى تنقله الصحيفة، وهو أن رجلا ما «أعماه الغضب». غير أن أسرة كوكس صاحبة «ديتون جورنال هيرالد» لم توافق على ذلك. فقد قالوا إن الكلمة «لا مبرر لها». وهنا استقال شارلى.

ويعرف القاموس كلمة dilemma [معضلة] بأنها «خيار بين بديلين كليهما مر». وفى مسائل الذوق والأخلاق، كثيراً ما يواجه المحررون المعضلات.

وترى الصحيفة اليومية العادية نفسها على أنها صحيفة أسرة. فهى لا تتوجه إلى أناس ذوى آراء مختلفة وحسب، بل المقصود منها كذلك أن يقرأها كل أفراد الأسرة. وطبقًا لمزاعم هذه الصحف الخاصة بخدمة الجمهور، فإنها ملتزمة بعدم تشجيع أى سلوك مناوئ للمجتمع، كما أن لها مصلحة مالية فى عدم الإساءة إلى معتقدات القراء الدينية والأخلاقية، إذ إنهم قد يلغون اشتراكاتهم.

ومن ناحية أخرى، فإن عالم الأخبار الحقيقى كثيراً ما يؤذى المشاعر. وما يؤذى مشاعر شخص قد يروق لزبون غيره.

وأدرك المحررون منذ زمن بعيد أن صور النساء الفاتنات تبيع الصحف. وهذا هو السبب فى أن «سبورتس إلستريتيد» Sports Illustrated تنشر صور عدد عن المايوهات كل سنة. إلا أن المحررين يعلمون كذلك أن كثيراً من الناس (يتراوحون بين عضوات الحركة النسائية وهؤلاء الذين يفضلون أدوار المرأة التقليدية) يعترضون على إظهار نساء ذوات أثداء كبيرة مستعدات للقفز فى البحر. وكان آل نويهارت يرى فائدة فى خلط ما هو صالح اجتماعيًا وأخلاقيًا بالنهود فى صحيفة «يو إس إيه توداى». ومن المفترض أنه شعر فى يوم من الأيام بالإحباط لأن صورة امرأة جذابة نشرت فى أسفل الصفحة الأولى. وساعتها قال لهم: «فى المرة التالية عندما تنشرون صورة فتاة أمريكية لطيفة جميلة الشكل، اجعلوا نهديها فوق الثنية».

وفكروا كذلك فى مقدار ما يشعر به المحررون من استياء من كلمات أقل إساءة من تلك التى تبدأ بحرف النون. ففيما أصبحت قصة خبرية رئيسية سنة ١٩٩٣، قطعت امرأة من فيرجينيا قضيب زوجها بسكين مطبخ طوله ١٢ بوصة انتقامًا لما زعمت أنه إيذاء جنسى. استعملت بعض الصحف كلمة «قضيب» فى العناوين.

فى حين لجأت صحف أخرى إلى تعابير مهذبة مثل «بتر» و«إيذاء عضو». وفى نفس الفترة تقريبًا صدرت «لوس أنجلوس تايمز» وبها ١٩ صفحة عن «إرشادات عن التماثل العرقى والعنصرى والجنسى وغيره». وحرصًا منها على ألا تسىء إلى أحد، فقد حظرت كلمات وعبارات من قبيل «التمرين الصينى للخروج من الحريق» و«مجنون» و«القارة السوداء» و«إسكيمو» و«ويلزى». وأشار الدليل إلى أن «عيب الولادة» ينبغى الاستعاضة عنه بـ«عجز خلقى».

وهذه بعض القرارات شديدة الصعوبة التى يضطر المحررون لمواجهتها وهم يقررون ما ينبغى نشره فى صحف الأسرة.

- فى أثناء حرب فيتنام كان مصور «أسوشيتد بريس» نك أوت موجودًا عندما ألقى جيش فيتنام الجنوبية النابالم بطريق الخطأ على مواطنيه. وأظهرت إحدى الصور فتاة عارية تفر مذعورة من النيران. ولو عدنا إلى ذلك الوقت لوجدنا أن أغلب الناس اتفقوا على القيمة الإخبارية للصورة، وقد فازت بجائزة بوليتزر وأصبحت واحدة من أكثر صور الحرب إيلامًا. ولكن فى وقت النشر ذهل المخبرون والمحررون على السواء من نشر اللقطة، التى أظهرت الجزء الأمامى عاريًا تمامًا.

- وهناك حادث آخر يتصل بالحرب فى فترة أقرب. فعندما تورطت الولايات المتحدة فى الصومال، وكان الدافع الأساسى هو المساعدات الإنسانية، أرسلت القوات الأمريكية لضمان أن الحرب الأهلية لن تحول دون وصول الطعام إلى الجياع. ومع ذلك فإن أفراد الجيش تورطوا فى آخر الأمر فى العمليات القتالية ذاتها، وسُحل طيار أمريكى أسير فى شوارع مقديشو، وصور الصحفيون الحادث بكاميراتهم. وقام بعض المحررين بنشر الصورة. وفى حين دفنها البعض داخل الصحيفة، رفض البعض الآخر استخدامها بالمرة، اعتقادًا بأنها تؤذى مشاعر القراء بلا داع.

- ويعانى المحررون بشدة من الأخبار التى قد تؤدى إلى إيذاء الناس لأنفسهم. فمنذ وقت غير بعيد طرح والت ديزنى فيلمًا بعنوان The Program [البرنامج]. وفى هذا الفيلم يرقد لاعبو كرة القدم فى وسط طريق مزدحم

بالحركة لإثبات شجاعتهم. وعندما أعاد فتيان مراهقون هذه المزحة وقعت إصابات خطيرة وحالات وفاة. وقرر والت ديزنى حذف المشهد من الفيلم. ولكن مشاكل وسائل الأخبار كانت قد بدأت وحسب. فقد عرضت أخبار التلفزيون المشهد، وكتبت الصحف عن كل من الفيلم وما تقوم به أخبار التلفزيون. وأدى هذا إلى الدعاية لفيلم كان آراء النقاد فيه أنه دون المستوى واجتذب عدداً قليلاً من المشاهدين، ولكنه أدى إلى وقوع أحداث جديرة بأن تكون أخباراً.

ـ وفى سنة ١٩٩٤ التقط مصور صورة مؤثرة من الاحتفال بذكرى مهرجان وودستوك.(١) وكانت الصورة لامرأة تنظر باشمئزاز إلى رجل عار يجلس على كرسى. ولم تستخدم صحيفة المصور، وهى «واشنطن تايمز»، الصورة. فقد قال مدير التحرير «هذه صحيفة أسرة». غير أن الصورة فازت بعد ذلك بالجائزة فى مسابقة اتحاد مصورى الأخبار بالبيت الأبيض.

ـ وكانت معظم الصحف حتى الخمسينيات لا تستخدم كلمة «اغتصاب». وحتى بعد أن أزيل الحظر هذه الأيام، فقد ظل كثير من المخبرين والمحررين متشددين فيما يتعلق بالمسائل الجنسية. ومنذ فترة ليست بالبعيدة لم تضم صحيفة «بلوفيلد ديلى تليجراف» Bluefield Daily Telegraph فى ويست فيرجينيا مجلة «يو إس إيه ويكيند» USA Weekend التى توزع على المستوى القومى إلى عدد يوم الأحد. فقد كانت صورة الغلاف عبارة عن ثلاثة من أطفال الحضانة يمسكون بخضراوات كتوضيح لمقال عن التغذية الجيدة. وقد اعتقد أحد المحررين أن الجزرة كانت تبدو كالقضيب إلى حد كبير. وقال المحرر فى وقت لاحق: «الغلاف يمثل صورة تخالف معايير صحيفة الأسرة هذه».

---

(١) مهرجان لموسيقى الروك ومعرض للفنون أقيم فى الفترة من ١٥ إلى ١٧ أغسطس ١٩٦٩ بالقرب من وودستوك بولاية نيويورك واجتذب معظم فرق الروك الشهيرة فى ذلك الوقت، إلى جانب جمهور ضخم ربما بلغ عدده ٥٠٠ ألف من المعجبين الذين عسكروا هناك لمدة ثلاثة أيام وعاشوا جواً من الموسيقى والمخدرات والحميمية. وأصبح وودستوك رمزاً للتضامن بالنسبة للشباب الصغار من الهيبيز ومناوئى الحروب وغيرهم من الثائرين ضد مؤسسة الدولة. (المترجم)

ـ ومنذ جيل مضى، كانت الصحف نادراً ما تناقش الشذوذ الجنسى. وفى الوقت الراهن هناك الكثير من الصحف غير المتأكدة مما يجب أن تفعله. فقد أصبح الشواذ شريحة أكثر وضوحًا فى مجتمعنا. إلا أن كثيراً من القراء يقولون إن تغطية أخبار قضايا الشواذ يخالف قيم الأسرة ويعد بمثابة التغاضى عن «السلوك المنحرف». وعندما أعلنت «ديترويت نيوز» Detroit News أنها سوف تنشر أول عمود فى البلاد مخصص لقضايا الشواذ، ألغى ٣٥٣ قارئًا اشتراكاتهم. وخلال الشهر التالى ألغى ١٥٧ آخرون اشتراكاتهم. وقال المحرر بوب جايلز: «إننا لا نثير الأحاسيس وإنما نعلم ونشرح ما هى فى الغالب تغيرات شديدة الصعوبة فى المجتمع. والأسر الشاذة ليست سوى امتداد لمفهوم الأسرة».

وربما لم يكن هناك شيء فتح الصحف أمام الموضوعات المتصلة بالجنس سوى متلازمة نقص المناعة المكتسبة (الإيدز). إذ يبدو أكثر وأكثر أنه ليس من المسئولية ألا نكون واضحين بشأن الجنس. فالجمهور، وبينه الشباب، معرض لخطر الإصابة بالإيدز. وعندما يشعر الجمهور أنه معرض للخطر فإنه يصبح صيداً سهلاً لكل أشكال سوء الفهم، بل وكذلك الفزع. وهنا قد يتساءل: «هل ينبغى أن أتوقف عن الأكل فى مطاعم ربما يكون فيها مصاب بالإيدز يقدم الطعام؟» وفى الوقت نفسه نظم مسئولو الصحة حملات إعلام عامة لإرشاد الناس بشأن ضرورة استخدام الواقى الذكرى والنصح بالامتناع عن بعض أنواع النشاط الجنسى. وشعر معظم المحررين بضرورة مناقشة الأمراض التى تنتقل عن طريق الاتصال الجنسى بشيء من التفصيل.

وعادة ما تكون للصحف سياساتها الخاصة بشأن استخدام اللغة الخارجة وغيرها من قضايا «الأسرة». وقد يقول أغلبهم إن صحيفة الأسرة الخاصة بك لا تقول «قرف» ما لم يكن استخدامها ضرورياً فى قصة ما. وحتى فى هذه الحالة فإن المحررين قد لا يحظون بموافقة أصحاب الجريدة. ولكن كما تعلّم شارلى، فإن هناك حياة بعد مثل هذه الخلافات. فقد أصبح أستاذاً فى كلية ميديل للصحافة بجامعة نورث ويسترن، حيث تميز بتكوينه صحفيين جدد مسئولين.

* * *

الفصل الخامس

مصادر الأخبار

لماذا لا يقتبس الصحفيون كلامهم ؟

يشب حريق فى مقر وكالة أنباء «أسوشيتد بريس» بمدينة نيويورك . تبلّغ الوكالة إدارة المطافئ عن الحريق . ولكن عندما يحين الوقت لكتابة القصة للقراء ، يتصرف مخبرو «أسوشيتد بريس» وكأنهم لم يروا الحريق ؛ إذ يجرون مقابلات مع المتحدث باسم إدارة المطافئ للحصول على تفاصيل تتعلق بالحريق .

وعندما يُعثر على موظف خزينة يعمل فى وردية ليل قتل طعنًا فى كافيتريا «واشنطن بوست» ، لا يُقتبس كلام أى من مخبرى الصحيفة فى القصة المنشورة فى اليوم التالى . فالمخبرون المكلفون بكتابة القصة يجرون مقابلات مع الشرطة التى تقدم الحقائق عن جريمة القتل .

ومنذ اليوم الأول للعمل يُطلب من الصحفيين أن ينقلوا الحقائق وأن يجعلوا أنفسهم وآراءهم خارج الأخبار . وهذه الفكرة يغرسها فيهم المحررون بنفس الطريقة التى يعود بها ضباط صف التعليم المجندين على الخطوة المنتظمة . ولكى يؤكد المخبرون أنهم لا يجمعون المعلومات وحسب . فهم يبحثون عن المصادر الموثوق بها والوثائق التى يمكنهم أن ينسبوا الحقائق إليها . فالنسب هو المظلة التى تحمى المخبر الصحفى .

وجمال النسب هو أنه يسمح للمخبر بعرض الآراء فى القصة دون أن تفقد مظهر الحياد . ولن يقول أحد المخبرين إن الرئيس بوش يكذب بشأن عدم تورطه فى صفقة السلاح مقابل الرهائن التى عقدتها حكومة ريجان مع إيران ، وهى القضية التى

لاحقت بوش طوال فترة رئاسته. إلا أن المخبر يمكنه اقتباس كلام شخص آخر يقول إن الرئيس يكذب. والمخبر ينقل الحقيقة، أى حقيقة أن شخصًا ما له رأى بعينه. وإذا ما اتضح بعد ذلك بما لا جدال فيه أن جورج بوش قد ذكر الحقيقة، يكون المخبر فى أمان؛ فالمخبر يلتزم بالحقائق، أما الخطأ فيقع على المصدر.

وكما هو شأن جوانب الصحافة الأخرى، يدرك المخبرون الجيدون أنه لا يمكنهم ذكر رأى فى القصة لمجرد أن بإمكانهم نسبها لشخص آخر. فهناك فرق بين شخص وآخر. فإذا كان النسب لمجرد رجل أو امرأة من الشارع ليست لديه معلومات مستمدة من مصدر موثوق به بشأن الرئيس بوش، فرأيه لا معنى له. وإذا كان المخبر يستخدم شخصًا ما كان يعمل بالقرب من بوش عندما كان نائبًا للرئيس، فإنه يعنى الكثير. وهذا هو السبب فى أن الخبر الذى ذكر فيه مساعد سابق فى مجلس الأمن القومى أنه كان قد أبلغ بوش أن الولايات المتحدة تتعامل فى السلاح مع إيران ظهر على الصفحة الأولى فى خريف ١٩٩٢.

ومعظم الهيئات الإخبارية لديها قاعدة أن يكون هناك مصدران على الأقل للمعلومات التى يحتمل أن تكون على قدر كبير من الإثارة. فإذا لم تؤكد المصادر المختلفة القصة، لا تستمر الصحيفة فى متابعتها، ويمكن أن تنتج عن هذا قصص تحجز لبضعة أيام، بل إلى الأبد.

مثال ذلك تحقيق «واشنطن بوست» سنة ١٩٩٢ بشأن اتهام السناتور بوب باكوود بالتحرش جنسيًا بالموظفات. وكان من الممكن أن تحدث هذه القصة فرقًا فى طلب إعادة انتخاب السناتور الموفق، إلا أن الصحيفة لم تطبع القصة إلا بعد عدة أسابيع من إتمام الاقتراع. وفسرت جوان بيرد محققة شكاوى «واشنطن بوست» سبب ذلك قائلة: «أى مشروع تحقيق بهذا القدر من الحساسية لا يمكن نشره فى صحيفة الغد؛ فالعثور على الأشخاص الذين كانت لهم تجارب تتصل بالموضوع أمر معقد فى حد ذاته . . . وبالنسبة لهذه القصة، كانت الأحداث التى ذكرتها النساء لا يشهد عليها طرف ثالث. وطبقًا لروتين نقل الأخبار، فإن كل تذكر بحاجة إلى تأكيد مستقل. وعادة ما يكون التأكيد من آخرين عديدين لابد من تحديد أماكنهم وإقناعهم بالكلام».

إن ضرورة تحديد المخبر لأماكن المصادر، واكتساب ثقتهم، وإقناعهم بالكلام تخلق شبكة معقدة من العلاقات التى يبحثها القسم التالى.

لماذا تسرب سفينة الدولة؟

أكثر الحقائق إثارة عادة ما تكون هى تلك التى يعرفها عدد قليل من الناس، ولو عرفوها لا يكونون عادة على استعداد لأن يقولوا الكثير عنها خشية الوقوع فى مشاكل. وللحصول على هذه الحقائق، يعقد الصحفيون صفقة مع المصادر؛ وهى أنهم مقابل هذه المعلومات الثمينة سوف يحجبون معلومات أخرى ولا يذكرون شيئًا عن المصدر.

وحدثت أشهر حالات تردد المصادر فى ذكر أسمائها فى أثناء تحقيقات ووترجيت الخاصة بالرئيس ريتشارد نيكسون. فقد عثر بوب وودورد المخبر الشاب فى «واشنطن بوست» على مصدر على قدر جيد من الاطلاع فيما يتصل بالأحوال داخل البيت الأبيض. وكان وودورد شديد الحرص على حماية مصدره، وكان يسميه «الحلْق العميق» Deep Throat. ذلك أنه لم يذكر اسمه لمحرريه أو حتى لزميله فى كتابة هذا التحقيق كارل برنشتاين. ولم يحدد علنًا حتى الآن من هو «الحلْق العميق». وقال وودورد فى الذكرى العشرين لاقتحام ووترجيت: «أى مخبر كان لديه فى يوم من الأيام مصدر جيد يعرف مدى أهمية المصادر وحيويتها بالنسبة لمهنة الأخبار. ومشاعرى نحو هذه [الحاجة إلى حماية المصادر] تكاد تكون مقدسة».

وساعد «الحلْق العميق» على فوز برنشتاين بجائزة بوليتزر وفقدان الرئيس نيكسون لمنصبه. وليس نيكسون الرئيس الوحيد الذى يأسف على الاستفادة من المصادر المجهولة. فكل الرؤساء فى الفترة الأخيرة يشكون من المساعدين الذين يدلون بمعلومات سرية للصحافة دون ذكر أسمائهم. وكما علق الرئيس كنيدى فى يوم من الأيام بمرارة، فإن «سفينة الدولة هى السفينة الوحيدة التى تسرب من أعلى».

ولكن لا تأس كثيرًا على الرؤساء أو غيرهم من المسئولين الذين تدمرهم المصادر

المجهولة. فمعظم الزعماء والمسئولين يكرهون بحق تسريب المعلومات كما يقولون، وهم يكرهون تسريب المعلومات التى لا يسيطرون عليه.

ويجد الصحفيون، ومنهم من يكره مصطلحات السرية، صعوبة فى عدم اللعب مع «المصادر العليمة». فهم بحاجة إلى المعلومات، وهذه طريقة جيدة للحصول عليها. وأظهرت الدراسات أن ما يصل إلى ثلث القصص فى أية صحيفة نمطية يستخدم مقتطفات مجهولة المصدر.

واستفادة الصحفيين من المصادر المجهولة فيها كل طقوس صنع الشاى اليابانية. ومن الطبيعى أن تلازم ذلك لغة خاصة. وهذه بعض العبارات الرئيسية:

ـ Off the record [كلام ليس للنشر] وهو ما يعنى أن المعلومات لتنوير المخبر وحسب وليست للنشر. والبعض يقول إن المخبر يمكنه استخدام المادة «لاصطياد معلومات من أشخاص آخرين متورطين فى القصة». ويقول البعض إن المخبر لا يمكنه استغلال المعلومات التى ليست للنشر، ولو «كأداة للحصول عليها من مصدر آخر». وفى حالات كثيرة تقدم مثل هذه المعلومات كطريقة لتفسير مجموعة معينة من الظروف التى ينبغى ألا تذاع فى تلك اللحظة، أو لإعطاء الصحفى تحذير مسبق بأن قصة ما توشك أن تحدث.

ـ Backgroun [خلفية] وهو ما يعنى الشىء نفسه المقصود من عبارة not for attribution [ليس للنسب] فالمخبر فى هذه الحالة يمكنه استخدام المعلومات ولكنه لا يستطيع استخدام اسم المصدر. ومعروف جيداً أن الدبلوماسيين يتحدثون إلى المخبرين الصحفيين شريطة ألا تنسب أقوالهم إليهم فيما بعد. فإذا كان فيما يقولونه ما يضر أحداً دبلوماسيًا، فإن اللوم لا يقع عليهم. كما أن المبعوثين يمكنهم تعويم الأفكار المثيرة للجدل. وإذا سقط بالون الاختبار كأنه ثقل من الرصاص بسبب الرأى العام السلبى، فإن المصدر يظل فى أمان. وبالطبع تظل هناك قصة لدى المخبر.

وعند استخدام هذا التكنيك، ينسب المخبرون الصحفيون المعلومات إلى «مصادر عليمة» و«مسئولين رفيعى المستوى». وعندما يخشى المسئولون كشف شخصياتهم فإنهم يتحدثون على «الخلفية العميقة» deep background، وهو

المصطلح الذى صاغه وزير الخارجية دين راسك. وطبقًا لهذه القواعد لا يمكن للصحفيين استخدام أى نسب مهما كان. وهو ما يشبه اتفاق وودورد مع «الحلْق العميق» الذى وافق على «تأكيد المعلومات التى يتم الحصول عليها من مكان آخر». ووافق وودورد بدوره على ألا يشير فى قصصه الخبرية فى ذلك الوقت ولو إلى اعتماده على «الحلْق العميق» باعتباره مصدراً مجهولاً.

ـ On the record [كلام للنشر] وهو ما يفضله المخبرون الصحفيون. ومهما كان ما يقوله المصدر فهو عادل ويمكن نسبه إلى قائله بالكامل.

ويساعد استخدام المصادر المجهولة فى إيصال حقائق حساسة إلى عين الجمهور. وهو يمثل طريقة مأمونة لمن لديهم معلومات كى ينبهوا الصحفيين إلى بعض المخالفات فى الشركات والحكومة.

إلا أن إغفال المصادر يمكن استخدامه كذلك لإحداث أثر عكسى ـ أى لتجنب مشقة نقل الأخبار. فالمخبر الذى لا يمكنه تقديم ما يؤكد حقيقة ما، يدعى نسبها إلى مصدر مجهول. وهناك مثال شهير لذلك حدث لصحيفة «واشنطن بوست» فى أوائل الثمانينيات. فقد كتبت فيها جانيت كوك المخبرة الصحفية (التى كانت تعمل مع بوب وودورد) قصة قوية عن مدمن هيروين فى الثامنة من عمره عرفته باسم «جيمى». وأبلغت جانيت كوك محرريها أنها لا يمكن أن تذكر اسم الصبى بالكامل، لأنها وعدته هو وأمه بعدم ذكر الاسم. كما قالت لمحرريها إن صديق الأم هددها بالقتل إذا تعرف أحد على جيمى الحقيقى. وكانت المشكلة هى أن جيمى وأسرته من نسج خيال جانيت كوك. وقد فُصلت جانيت التى فازت قصتها بجائزة بولتزر من العمل. وخسرت «واشنطن بوست» الجائزة.

والتسريب يغرى المخبرين الصحفيين الذين كثيراً ما يحصلون على المعلومات دون سواهم. ويستغل «المسئولون رفيعو المستوى»، وهم مهرة فى اجتذاب المخبرين الصحفيين، عدم ذكر الأسماء لتقديم مخططاتهم الخاصة. وفى أسوأ الحالات تزرع المصادر المجهولة معلومات غير صحيحة دون تحمل أية مسئولية على ما تقوله. ويحاول المسئولون كسب المعارك داخل الحكومة عن طريق تسريبات منتقاة تخرج السياسات عن مسارها أو تعيد توجيهها.

وتكنيكات التسريب بها كل ما فى أية عملية من عمليات المخابرات المضادة التى تقوم بها وكالة الاستخبارات المركزية من حيل. وتروى مورين داود مندوبة البيت الأبيض هذا التكتيك :

كان أحد المسئولين فى حكومة ريجان إذا أراد تسريب قصة ما، يحشر عبارة دون ريجان المسجلة « and the like » [من هذا القبيل] عدة مرات، لضمان أن أية مقتطفات لمسئول من البيت الأبيض لم يذكر اسمه سوف تبدو وكأنها صادرة عن رئيس موظفى البيت الأبيض. وبالمثل إذا أراد أحد أن يوقع اللوم على [قيصر الميزانية] دِك دارمان فإنه يحشر كلمة مثل «inchoate » [غير مكتمل].وإذا قرأت حكاية لا مدح فيها عن الرئيس كلينتون بها عبارة «meaningful ex-change » [تبادل له مغزاه] فى أى مقتطف مجهول المصدر، فلا تفترض أن آل جور هو من سربه، بل ابحث عن عدوه.

لقد ابتكر الصحفيون تنكيكات لإبقاء المصادر مجهولة إلى أدنى حد ممكن. وربما كانت قواعد «أسوشيتد بريس» هى أكثر القواعد صرامة. فهى تستخدم عبارة بها حقيقة ما مجهولة المصدر شريطة أن يكون من غير الممكن الحصول عليها من مصدر آخر، وأن توضح القصة أن المصدر لن يقدم المعلومات مع السماح بنشرها. كما أن «أسوشيتد بريس» لا تسمح باستخدام التعبير عن الرأى مجهول المصدر.

وحاول البعض المضى إلى ما هو أكثر من ذلك. فذات مرة أشار محرر «سنسيناتى إنكوايرر» Cincinnati Enquirer أنه لن يسمح بأية مصادر مجهولة على الصفحة الأولى من جريدته، دون إذنه أو إذن مدير التحرير. وفى وقت ما استهجن بن برادلى محرر «واشنطن بوست» ممارسة الإدلاء بمعلومات للخلفية باعتبارها «أدوات يمكن بها للحكومة أن تقدم للصحافة الصورة الخاصة بها من الأخبار». كما طالب المخبرين بـ «بذل كل جهد ممكن لنسب المعلومات إلى مصدرها».

ولكن المشكلة لا تحل بهذه السهولة، كما قد توحى مثل هذه القواعد. وكان صحفيو «أسوشيتد بريس» يشعرون بالقلق من أن القيود على استخدام المصادر المجهولة تؤدى بالفعل إلى تحيز مُجامل للحكومة. إن قاعدة «سنسيناتى

إنكوايرر» الخاصة بوضع المصادر المجهولة على الصفحة الأولى متعسفة . وكما اعترف المحرر «دفعت ببعض القصص الجيدة جداً إلى داخل الصحيفة» . وكما أن برادلى وغيره من المحررين قد يقولون إنهم يرغبون فى مقاطعة الإدلاء بمعلومات للخلفية ، فإنه من المستحيل مقاومة إغفال المصدر فى واقع الأمر ـ سواء من جانب الصحافة أو الحكومة . فهذا الترتيب مريح جداً للجانبين ، وهو ما يوضحه حدث وقع سنة ١٩٩٢ .

ففى أحد المؤتمرات الصحفية اشتكى جورج بوش من تسريب الأخبار الذى انتشر داخل البيت الأبيض بقوله : «ما قد أقوله للشعب الأمريكى هو : أرجوكم اطلبوا وضع اسم بجوار المصدر لكى أتصرف مع هذا الشخص الذى يفعل ذلك» . وفى اليوم التالى أعلنت سكرتيرة الرئيس الصحفية مارلين فيتزووتر أن مساعد وزير الخارجية إدوارد جيرجيان سوف يدلى بمعلومات للصحفيين عن اجتماع تم بين بوش والعاهل الأردنى الملك حسين بهذه القواعد : سوف يُنقل كلام جيرجيان على أنه صادر عن «مسئول حكومى رفيع المستوى» . وحيث كانت صحافة البيت الأبيض متناقضة فى ذلك مع ما أعلنه بوش فى اليوم السابق ، فقد ألغى الاجتماع . ولكن مسئولى الحكومى وزعوا بيانًا من أربع فقرات وأجابوا عن مزيد من الأسئلة ليكون مكانها الخلفية فقط . وبغض النظر عن الضيق الذى ربما شعر به الصحفيون من الحكومة وهى تتحدث بوجهين ، فإنهم لم يخرجوا دفعة واحدة من البيت الأبيض .

كلام جانبى: لماذا لا يتحدث المخبرون الصحفيون؟

فى سنة ١٩٧٦ نقل مايرون فاربر مندوب «نيويورك تايمز» أخباراً عن حالات وفاة غامضة فى أحد مستشفيات نيوجيرسى . وأدت مقالاته إلى اتهام طبيب بتسميم خمسة مرضى . وعندما طلب محامى الدفاع الاطلاع على ملاحظات فاربر ، طلب القاضى مراجعة المادة بنفسه . ولكن المخبر وجريدته رفضا الطلب . وتم تغريم الاثنين ، وأمضى فاربر أربعين يومًا فى الحبس بتهمة إهانة المحكمة .

وهذه ليست حالة وحيدة. ولم يشأ أحد مخبرى صحيفة «ممفيس كوميرشال أبيل» Memphis Commercial -Appeal الكشف عن مصادره فى قصة عن الإساءة إلى طفل. وقد اتهمته لجنة بمجلس شيوخ الولاية بالازدراء. كما رفضت مخبرة فى صحيفة «تريبيون كرونيكل» Tribune Chronicle فى وارين بولاية أوهايو الإدلاء بشهادته أمام هيئة المحلفين الكبرى بشأن مقابلة أجريت مع مهندس متهم فى المقاطعة، وقد حكم عليها بالحبس لمدة اثنين وعشرين يومًا.

والمبدأ الصحفى بشأن حماية المصادر المجهولة يمتد إلى عمق كبير. وهو من العمق بحيث إن الصحفيين كثيرًا ما لا يكشفون أسماء المجرمين، حتى ولو كان معنى ذلك حبسهم هم. ويحاجج الصحفيون بقولهم إنك إن خنت مصادرك فلن يتحدث إليك أحد مرة أخرى بكلام ليس للنشر. وجاء فى افتتاحية لـ«نيويورك تايمز» بشأن قضية فاربر: «إننا نؤكد على أن حماية التعديل الأول للصحافة ينسحب على جمع الأخبار وكذلك على طبعها. وفى كل يوم تعرض المصادر الخائفة والمهددة والمحرجة على مندوبينا الحقيقة أو الاعتراف أو الشائعة أو الاتهام، بشرط أن تبقى هويتهم سرًا. وخيانة أحد هذه المصادر سوف تلحق الضرر بالكل».

وتؤكد قوانين الحماية فى نصف الولايات تقريبًا فى هذا البلد هذا المبدأ، وإن كانت له صور مختلفة خاصة بكل منها. ولا تحمى ولايات كثيرة الصحفيين من قبيل فاربر، على أساس أن المدعى عليهم مطالبون بتقديم كل ما لديهم من معلومات تتصل بقضيتهم.

وعلى العكس من ذلك أشارت المحاكم مؤخرًا إلى أن الصحفيين لابد أن يحموا مصادرهم التى وعدوها بأن تكون مجهولة. وكان مخبرون صحفيون يعملون فى «منيابوليس ستار تريبيون» Minneapolis Star Tribune و«سانت بول بايونير بريس أند ديسباتش» St. Paul Pioneer and Dispatch قد وعدوا شخصية سياسية بالسرية فيما يتعلق بحيل قذرة فى الحملة الانتخابية. وقرر المحررون أن قراءهم ينبغى أن يعرفوا هوية هذا المصدر لأنه كان مرتبطًا بالمرشح المنافس. ورفع المصدر، الذى فقد وظيفته، دعوى قضائية لعدم الوفاء بالوعد. وبعد أن نُظرت القضية فى المحكمة الدستورية العليا الأمريكية حصل على ٢٠٠ ألف دور تعويضًا عما لحقه من أضرار.

ما لـم تكن موجودًا كل يوم فى «واشنطن بوست»، فقد لا يكون لك وجـود .

نيوت جنجريتش

فى سنة ١٨٩٠ وفى اليوم الأخير من شهر فبراير، التقى عضو سابق بالكونجرس كـان فى زيارة للكابيتـول[١] بصحفى لم تكن تعجبه قصصه الخبرية . شد عضو الكونجرس المخبر الصحفى من أنفه . فما كان من الصحفى إلا أن استل مسدسًا وأردى عضو الكونجرس قتيلاً .

قد يبدو أن هذا هو المجاز الصحيح للعلاقة بين الصحفيين والساسة . فعندما تتواجه الصحافة ومن تغطى أخبارهم وجهًا لوجه فإن خصومتهم تصير بغيضة . وكان أحد قادة الصحفيين فى واشنطن فى السبعينيات ، وهو بيتر ليساجور من صحيفة «شيكاغو ديلى نيوز» ، يقول لزملائه فيما يشبه المزاح : «وهو كذلك يا أولاد . هيا نقطعهم إربًا » .

إلا أن مشهدًا آخر يشى بما هو غير ذلك . فهاهو المؤتمر الصحفى ينتهى وتطفأ أنوار التلفزيون . وهاهو الصحفى والسياسى يتمازحان ويسأل كل منهما عن حال أطفال الآخر ، بل وقد يخرجان لتناول شراب معًا . فمشاجراتهما أشبه بخناقات المحبين ، التى تتسم بالقوة ولكنها لا تؤدى إلى طلاق .

ومن المحتم أن يكتب الصحفيون قصصًا لا تعجب الساسة ، فبعضها مشين وعلى قدر كبير من الخصوصية . وفى كل مرة كان جيرالد فورد يتعثر فى سيره كان ذلك يذكر فى الصحيفة[٢] . وكان الرئيس نيكسون يكره الصحافة التى تلاحقه ، لدرجة أن قال للمقربين منه : «فى يوم من الأيام سوف نمددهم على الأرض وندوس عليهم ونسحقهم ولن نرحمهم» . وعندما وضع قائمة بأعدائه كان معظم من ذكرهم فيها من الصحفيين .

---

(١) مبنى الكونجرس فى العاصمة الأمريكية واشنطن . (المترجم) .

(٢) أعطى الرئيس فورد بطبيعة الحال معنى جديدًا لمصطلح «الرحلة الرئاسية» presidential trip. ووجدت مراجعة سريعة للقصص الخبرية من السبعينيات إشارات إلى تسع مرات تعثر فيها فورد .

وما يتهم به الصحفيون مبعثه أنه يُنظر إليهم على أنهم خصوم. ووجودهم على قائمة أعداء نيكسون أمر تفاخروا به. وفى وقت لاحق قالت إحدى من نالوا هذا الشرف، وهى مارى ماكجرورى: «عندما ظهرت القائمة، دعانى آرت بوكفالد لتناول الغداء فى سان سوسى وحظيت باحتفاء لا ينقطع». و لكن حقيقة الأمر أنه لا الصحفيون ولا مصادرهم السياسية يحبون أن يبعدوا بعضهم عن البعض. فالساسة يحتاجون الصحفيين لكى ينتخبهم الناخبون، ويحتاج الصحفيون الساسة لكى يجدوا ما يكتبون عنه. وربما يختار الساسة صحفيًا أو اثنين كى يعاملوه بازدراء - بل قد يستبعدونه من المقابلات الصحفية لبعض الوقت. وقد يتناول كل طرف عشاء فاخراً عقب كل معركة تحدث كل حين. إلا أن كلاً منهما يعرف كذلك أن المرء يأكل بانتظام إذا كان فى حالة انسجام.(١)

وكان الرئيس كنيدى يشعر بضيق شديد من تغطية مجلة «تايم» Time حتى أنه أمر الجهات التنفيذية بعدم التحدث مع أى شخص منها. واستمر الحظر لمدة ثمان دقائق. وقد نقض الحظر شقيق الرئيس، وكان حينذاك النائب العام روبرت كنيدى، الذى قال هيو سايدى كاتب العمود فى «تايم» فيما بعد أنه «كَلْ ودَانى».

وهذا الاعتماد المتبادل هو ما يجعل استخدام المصادر المجهولة شائعًا جداً. كما أنه يوضح السبب فى أن دراسة أجريت سنة ١٩٧٣ أظهرت أن حوالى ثلاثة أرباع القصص فى «واشنطن بوست» و«نيويورك تايمز» على مدى عشرين سنة كانت تنطوى على مصادر رسمية. ويحدو هذا بالصحفيين إلى أن يفعلوا ما يفعله معظمنا عندما نريد شيئًا ما - وهو أن يربى كل طرف الآخر. إذ يشترى المخبر الصحفى مشروبًا للسياسى، ويتصل السياسى بالمخبر الصحفى كى يقدم له نصيحة أو يدعوه لدردشة ودية.

النتيجة متوقعة. فقد قال مخبر مخضرم من واشنطن: «قد يتردد المخبر الصحفى فى تبنى وجهة نظر انتقادية للمصادر التى يتصل بها بانتظام لسبب إنسانى محض،

---

(١) لا تقتصر المصلحة المشتركة للصحفيين ومصادر الأخبار على الحكومة. فالشركات على سبيل المثال ترغب فى نشر أخبار جيدة عن منتجاتها لجذب المستهلكين وأخبار جيدة عن أدائها المالى لطمأنة المستثمرين. إلا أن العلاقة على قدر كبير من القوة فى أية حكومة تجرى انتخابات منتظمة ولديها الكثير من قوانين « الشمس الساطعة».

وهو أنه يفضل أن يقابل بلطف عندما يدخل مكتبًا من المكاتب، بدلاً من معاملته وكأنه سم زعاف. إن همه الدائم هو الإبقاء على الجو اللطيف».

وتوضح قصة أخرى من قصص ووترجيت الطريقة التى يتم بها ذلك. ففى مرحلة من مراحل التحقيق الذى تم فى البيت الأبيض فى عهد نيكسون، اتصل وودورد بوزير الخارجية هنرى كيسنجر. ومع تقدم المحادثة، بدا وكأن كيسنجر اعترف بأنه سمح بالتنصت على المكالمات التليفونية. وحيث إنه كان يريد حماية نفسه، فقد طلب من وودورد ألا ينسب إليه أى كلام. وتوقف وودورد قائلاً إنه لا يمكنه «قبول خلفية ارتجاعية». وهنا استشاط كيسنجر غضبًا. فقد كان معتاداً عند التعامل مع المخبرين، الذين كانوا يغطون أخبار وزارة الخارجية بصورة يومية، على تجميد ملاحظاته بعد أن ينطق بها. غير أن وودورد لم يكن قد سبق له التعامل مع كيسنجر. فلم تكن وزارة الخارجية المكان المكلف بتغطية أخباره ولم يكن حريصًا على الإبقاء على علاقات طويلة المدى مع كيسنجر، واتصل كيسنجر بمحرر «واشنطن بوست» بن برادلى وشكا له، واحتجزت القصة يومين ولم تظهر إلا بعد أن أفشتها «نيويورك تايمز».

ويشير روبرت دارنتون، وهو مخبر صحفى فى «نيويورك تايمز» تحول إلى باحث، إلى أن «مخبرى الجريمة المخضرمين الذين يسيطرون على قاعات الأخبار فى معظم مقار الشرطة ينشئون علاقة اعتماد متبادل مع الشرطة. وفى نيوآرك كان هناك ثلاثة مخبرون كبار أقوياء يداومون فى مقار الشرطة أكثر من معظم أفراد الشرطة، وكانوا يعرفون كل ذى أهمية فى القوة. فهم يشربون مع الضباط، ويلعبون البوكر معهم، ويتبنون آراء الضباط الخاصة بالجريمة، ولم يكتبوا فى يوم من الأيام عن وحشية الشرطة.»

وفى بعض الحالات يكون للتعاون بين الصحافة والساسة معناه. ومثال ذلك عندما عملت الهيئات الإخبارية سنة ١٩٧٥ على ألا تثير المجتمع الذى كان يشعر بغضب من خطة مفروضة لنقل تلاميذ المدارس بالأتوبيسات. وفى مناسبات أخرى، وخاصة فى أوقات الحروب، كان المخبرون الصحفيون يحافظون على أسرار الأمن القومى المهمة. وقبل ثلاثة أيام من إلقاء القنبلة الذرية على هيروشيما، كان الرئيس هارى ترومان عائداً إلى الولايات المتحدة بالسفينة، وقد استدعى

المخبرين الصحفيين إلى الاجتماع به وأبلغهم بالخطة بالغة السرية. أما الصحفيون، الذين أقسموا ألا ينقلوا الحديث، فقد ذكر أحد المخبرين فيما بعد أنهم اعتبروا السر «كبيراً ومخيفًا إلى حد بعيد، حتى أنهم لم يناقشوه فيما بينهم».

ولكى يحول المحررون دون قيام علاقات قوية بين المخبرين الصحفيين ومصادرهم (لأسباب خاطئة)، فإنهم ينقلونهم إلى أماكن مختلفة من حين لآخر، ولو كان ذلك على حساب ضياع فائدة الخبرة التى تكونت بمرور الوقت.

إلا أن البعض يرى أن هذه مشكلة أهون من تحول العاملين فى مجال السياسة أنفسهم إلى صحفيين. فبعد خروج حكومة كارتر من السلطة عاد جودى باول، الذى كان متحدثًا باسم وزارة الخارجية، إلى الصحافة. أما ليزلى جيلب، الذى كان قد ترك «نيويورك تايمز» للعمل فى تخطيط السياسات فى وزارة الخارجية، فقد عاد إلى صحيفته القديمة.

وهذه الحالات التى يترك فيها الشخص وظيفته ثم يعود إليها تتيح للصحفيين فهمًا أفضل للضغوط الحقيقية الخاصة بالعمل فى الحكومة. ولكن لا يعتقد كل إنسان أن الفوائد تفوق الأخطار. ويقول المخبر الصحفى السياسى المخضرم جول ويتكفر: «يتزايد عدد الثعالب فى خن الدجاج، ونحن الدجاج لا يعجبنا هذا!».

ومع ذلك، فإنه حتى فى حالة وجود خطوط مرسومة بوضوح، فإن الصحفيين والساسة لا يمكن أن يعيش أى طرف منهم بدون الآخر. فلا يتقاعس صحفى عن نقل خبر مهم، حتى إذا كان فى هذا الخبر إضرار بمصدر ممتاز. غير أن شد الأنف نادراً ما يؤدى إلى إطلاق رصاصات قاتلة.

لماذا (يفترض أن تكون) الاقتباسات مقدسة؟

يعد «الاقتباس» الأكثر تفضيلاً من بين كل أدوات الصحافة الأمريكية. وكثرة استخدامه يميز صحافتنا عن كل صحافة سواها تقريبًا.

والاقتباس هو العبارة المنطوقة أو المكتوبة الصادرة عن شخص آخر بالحرف. أو يفترض أنها كذلك على أقل تقدير. والعبث فى الاقتباس خطيئة أخلاقية مهنية،

وإن كان المرء قد يظن أن الأمر عكس ذلك، بناء على الشكاوى المتواترة من قبيل «لقد أخطأوا فى اقتباس كلامى».

وحتى ظهور أجهزة التسجيل المحمولة، كان من الصعب إثبات الخطأ فى الاقتباس. ولكن فى الوقت الراهن فإن أى مخبر صحفى وأى شخص تجرى معه مقابلة يظهر مسلحًا بجهاز تسجيل. فأحدهما يسعى للحصول على أكبر قدر من الاقتباسات، بينما يحاول الآخر حماية نفسه من عدم الدقة.

وغالبًا ما يشعر الصحفيون الأوروبيون بالاستياء من الهوس الأمريكى بنسب الحقائق إلى أصحابها، بما فى ذلك الاقتباسات الدقيقة. فالأوروبيون (باستثناء البريطانيين) لا يُحَمِّلون أنفسهم عناء تدوين الملاحظات. فهم يصرون على أنه لابد من إعطاء القارئ «معنى» ما يقوله المتحدث وحسب. ولكن فى نظام نقل الأخبار المتخم بالمعلومات المتبع فى الولايات المتحدة فى نصف القرن المنصرم، فإن الاقتباسات غالبًا ما تضفى على القصة الخبرية إحساسًا بالصدق. فإنك كمخبر صحفى عندما تقتبس كلام شخص آخر تبين للقارئ أنك لا تقدم رأيك أنت، بل إن شخصًا آخر هو الذى يعرض رأيه. وغالبًا ما يكون ذلك بكلمات أكثر تشويقًا من أى كلمات يمكن أن تكتبها أنت كمخبر صحفى محايد.

ورغم قدسية الاقتباسات، فإن إعادة ما قاله شخص ما أصعب مما يبدو، ولا يتم دائمًا بشكل حرفى. فمن الضرورى فى كثير من الأحيان إزالة الخلل الحتمى فى العبارة المنطوقة، كالألفاظ التى لا معنى لها وأزمنة الأفعال الخطأ. وفى بعض الأحيان تكون لدى المخبرين الرغبة فى الحفاظ على نكهة عبارة ما تم التعبير عنها بطريقة موحية. وفى هذه الحالة يبقون على أخطاء النحو وتركيب الجمل. ولكنهم بصورة عامة لا يحاولون إحراج المتحدثين.

وبسبب الحساسية الشديدة بشأن نقل الكلام بشكل غير صحيح أو إساءة فهم ما قيل، يطلب بعض المصادر من المحاور أن يسمح لها بمراجعة اقتباساتهم قبل النشر كشرط لإجراء المقابلة. وهذا يؤدى إلى تغيير فى العبارات الأصلية. ويقول الناقد الإعلامى بيتر فايس: «إقرار الاقتباسات هو أحدث حيلة لجعل شخص ما يتكلم». وبينما يعترف فايس بأنه فى بعض الأحيان يوافق على ممارسة هذه الحيلة، فهو يسميها «شكلاً من أشكال الفساد منخفض المستوى الذى يقبله الطرفان دون أن

يتحدثا عنه» . والسبب وراء شعور الصحفيين بالقلق من هذه الطريقة أنهم يعطون المصدر سلطة التحكم فيهم هم وفى الحقيقة، لكى يبدوا هم أنفسهم فى صورة جيدة.

وهناك سبب آخر وراء كون الاقتباسات الدقيقة محيرة، ولكنه فى الوقت نفسه موضوع، نادراً ما يتحدث عنه أحد، وهو مواطن الضعف المهنية. فبعض المخبرين الصحفيين لا يمكنهم وحسب كتابة الملاحظات بالسرعة الكافية. وليس مطلوبًا من الصحفيين الأمريكيين تعلم الاختزال، وبناء عليه فإنهم غالبًا ما لا يمكنهم متابعة الكلام الذى يقال بسرعة.

ويبتكر معظم المخبرين الصحفيين نظام الكتابة السريعة الخاص بهم، الذى يعدونه بأنفسهم ويزعمون بثبات أنه يمكن الاعتماد عليه. غير أنهم إذا كلفوا بتغطية حديث مهم، فعادة ما يعتمدون إما على المسجل أو على نص قدمه المتحدث سلفًا. وغالبًا ما يتميز المخبرون الصحفيون بالجرأة فى طلب النسخ المعدة سلفًا لأحاديث الساسة وغيرهم من صناع الأخبار، الذين يرون أن النصوص المعدة سلفًا حماية جيدة من الاقتباس غير الصحيح. وإن لم تكن هناك نسخ معدة سلفًا، فغالبًا ما تنتظر الصحافة وصول النص الرسمى المطبوع قبل كتابة القصة الخبرية. (١)

وتسمح قواعد أى خطاب عام لكل من الصحفى والمتحدث بقدر قليل من المناورة، فإذا وقع خطأ كبير وواضح فى خطاب عام يكون أمام المخبر الصحفى خياران: فهو إما أن يقتبس كما قاله المتحدث بدقة، واضعًا بعده [هكذا]، أو يعيد صياغة ما قيل. ولكن ليس مسموحًا بالعمليات الجراحية الكبرى. ومع ذلك فهذه هى الصورة التى سمعه بها الجميع.

لما لا تجيز المصادر القصص ؟

إذا كانت الدقة بهذا القدر من الأهمية بالنسبة للصحفيين، أفلا ينبغى عليهم عرض القصص على المصادر قبل طبعها؟ ألا يساعد هذا الإجراء على ضمان تقديم المخبرين الصحفيين لحقائقهم بصورة سليمة؟

---

(١) الأن مثل هذا النظام لم يكن معمولاً به فى تلك الفترة، هناك على الأقل نسختان من خطاب جيتيسبرج، وهما النسخة التى سجلها المخبرون الصحفيون فى وقتها، والنسخة التى سُلمت للصحافة بعد أن أتيحت للرئيس لنكون إجراء بعض التعديلات عقب إلقاء خطابه.

يفضل بعض الصحفيين ممارسة السماح لمصادر قصصهم بمراجعتها. وهم يقولون إن هذا لا يعزز الدقة وحسب، بل يزيد من المصداقية لدى المصادر التى تدرك أن الصحفى حريص على أن تكون القصة صحيحة.

ومع ذلك فإن الرأى الشائع يعارض بشدة إعطاء المصادر النص التحريرى، بعد كتابة القصة وقبل نشرها. والسبب الأساسى المعلن لسياسة «عدم العرض» هذه هو إيمان الصحفيين الراسخ بالاستقلال. ففى سعى الصحفيين لأن يكونوا أشخاصًا موضوعيين من الخارج، يرغبون فى أن تكون مصادر أخبارهم على مسافة مأمونة. إلا أن وراء هذا الشعور عوامل تاريخية وعملية وعوامل أخرى تتصل بالمصلحة الذاتية تشكل هذا التحيز ضد مراجعة القصص قبل نشرها.

وكافح الصحفيون الأمريكيون ضد الرقابة وضد وصيفتها المراجعة قبل النشر. وقد أيدت المحاكم قولهم إن القيد المسبق ليس دستوريًا فى عمومه. وكما قالت المحكمة العليا، فإنه «إذا كان من الممكن القول بأن خطر العقوبات الجنائية أو المدنية بعد النشر ‹تُبَرِّد› حرية الكلام، فإن القيد المسبق ‹يُجَمِّد› هذه الحرية». ولكن الصحفيين، الذين تحميهم دائمًا حقوقهم التى ينص عليها التعديل الأول، يظلون يقظين لأى تدخل فى العملية التحريرية.

ويرى الصحفيون أن مراجعة ما قبل النشر قد تجعل موقفهم أكثر ضعفًا فى أية دعوى قضائية. فعندما يتقدم مصدر بشكوى من قصة قبل نشرها يمكنه أن يقول فى المحكمة إن الصحيفة متهاونة. كما أن خطر الإجراء القضائى يمكن أن تنتج عنه رقابة ذاتية.

أما المخبر الصحفى المخضرم ستيفن واينبرج فيتبنى وجهة النظر المخالفة. وهو يقول: «إذا كان مصدر ما غاضبا بما يكفى لوقوع مثل هذا الخطر، فإن هناك احتمالاً كبيرًا لأن يرفع هذا المصدر نفسه دعوى قضائية بعد النشر . . . وفى حالة حدوث ذلك، فإنى أشك فى أن الكثير من القضاة والمحلفين سوف يتأثرون بأى مخبر صحفى كان على قدر من شدة الحرص وسلامة النية يجعله يتحرى الدقة قبل النشر».

وبخلاف هموم التعديل الأول، يرى الصحفيون عرض القصص على المصادر على أنه عناء أكثر مما يستحق الأمر. وكثيرًا ما يستغرقون وقتًا لا بأس به فى إقناع

المحررين بالقصص ويتابعون كل قصة خلال مراحل عملية التحرير . وقليل منهم يرغب فى طبقة أخرى من المراجعة ، وهى التى يمكن أن تؤدى إلى مساومة كهذه :

- «ينبغى أن تناقش قصتك كل جزء من ميزانية المدينة وليس مجرد الخفض » .

- « لا يمكننى ذلك ، فليست هناك مساحة كافية فى الصحيفة لكل ذلك . إلى جانب أن الخفض ليس خبراً » .

- «وهو كذلك . فالواقع أنك لست على قدر كبير من الدقة . أليس كذلك؟»

ومهما كان عدد الصحفيين الذين قد يكرهون هذا النوع من المحادثات ، فإنهم فى بعض الأحيان يوافقون على عرض قصة ما على المصادر لكى يجعلوها تتعاون معهم . ومهما كان عدد المخبرين الصحفيين الذين قد يُدعون إلى عرض القصص على المصادر ، فإنه لا يمكنهم ذلك فى بعض الأحيان ؛ فبما أنهم يعملون فى ظل موعد نهائى ، فليس لديهم الوقت الكافى لذلك .

لماذا يحتمل أن يعترف أى إنسان بهذا المخبر صحفى ؟

الصحفيون لديهم حيلهم التى يجعلون بها الناس يتحدثون . وتتراوح هذه الحيل بين التطبيق غير الضار نسبيًا لسحر إراحة الشخص المراد إجراء مقابلة معه ، والممارسة الأكثر إيلامًا الخاصة بالتنصت على شخص أو التقاط صورة محرجة له .

وهناك شكوى عامة من أن المخبرين الصحفيين يستخدمون تكتيكات الجواسيس . فمنذ فترة قريبة تَنكَّرَ مخبر صحفى فى هيئة قس ، كى يتمكن من دخول غرفة المستشفى الخاصة بجوكى بريطانى أسطورى طالب بالسرية فى أثناء علاجه من سقوط مريع . كما أن مخبراً صحفيًا من برنامج Prime-Time Live فى شبكة تلفزيون «إيه بى سى» تنكر فى هيئة عامل يقوم بتعبئة اللحوم فى سلسلة متاجر كبيرة للبقالة ، لكى يكشف الممارسات غير الصحية .

ويبدو الغضب الشديد على بعض الصحفيين وهم يدافعون عن مثل هذه الممارسات . وهم يقولون إن «للجمهور الحق فى معرفة الشرور التى تحدث فى الأماكن التى لا يمكن الوصول إليها ، وهذه هى الطريقة الوحيدة لكشفها . » إلا أنه ليس هناك اتفاق من الجميع على ذلك . فمعظم الصحفيين ممن يراعون الآخرين

يدركون أن هذه الحيل تقضى على مصداقية الصحافة، التى يفترض أنها تبحث عن الحقيقة وتنقلها ولا تخفيها بصورة غامضة.

والواقع أن بعض الحيل تدخل تحت باب الشقاوة، وليس الخيانة أو المراوغة. وبعد سنين من إمعان النظر عبر المكاتب فى أثناء المقابلات، يتقن المخبر الصحفى المتمرس قراءة التقارير بالمقلوب. كما أن مداهنة السكرتيرات تعد كذلك فنًا رفيعًا من الفنون التى تضمها ذخيرة المخبر الصحفى. وهذه بعض حيل الحرفة الشائعة الأخرى:

- **تحطيم الجليد** فى أية مقابلة عن طريق البدء بدردشة عن كلب الأسرة أو مباراة كرة القدم التى أقيمت فى اليوم السابق. والغرض من هذا هو جعل المصدر يشعر بالارتياح. وبعد أن يقتنع المصدر بأن المحرر كائن إنسانى، يسترسل فى كلامه وهو سعيد ومبتهج. ونسمع المصدر بعد ذلك يقول: «ولكن المخبر الصحفى كان فى منتهى اللطف».

- **مباغته** المصدر بسؤال محدد بعد سلسلة من الأسئلة الهايفة. ويستخدم هذا التكنيك لإخراج المصدر عن الطريقة التى يفكر بها. ويأمل المخبر الصحفى بذلك أن يُخرج المصدر المعلومات بدون قصد أو يصرح بها بدون تفكير، حين يفاجئه الصحفى بالسؤال.

- **خداع المصادر** لجعلها تعتقد أن المخبر الصحفى يعرف أكثر مما يعرفه فى حقيقة الأمر. واستعمال هذه الخدعة شائع، فى حالة تخمين المخبر الصحفى أن شيئًا ما صحيح دون أن يمكنه إثبات ذلك. وهذه هى الطريقة التى تفلح بها هذه الحيلة. فالمخبر يتصل تليفونيًا بالمصدر ليتأكد من صحة تخمينه، ولن يؤكد المصدر الأمر ولن ينكره. وهكذا يتم الاتصال بمصدر ثان، وفى هذه الحالة يقول المخبر: «كنت أتحدث للتو مع جو بشأن حكم هيئة المحلفين الكبرى...» وهنا يأخذ المصدر الثانى حذره، غير أن الحواجز تكون قد انهارت. ويتصل بمصدر ثالث قائلاً: «كنت لتوى أتحدث على التليفون مع جو وميرابل بشأن هيئة المحلفين الكبرى، وحصلت على مواعيد متضاربة بشأن موعد تقديم القرار». وفى تلك اللحظة إذا كان هناك بالفعل قرار يتم اتخاذه، فإن المخبر قد يحصل على ما يؤكد ذلك.

- **تشكيل الإجابات** . فى بعض الأحيان يمكن للمخبر الصحفى تشكيل إجابة ما بسؤال إرشادى ، مثل «ألا تعتقد أن خصمك كان غير نزيه فى طريقة تقديمه للتسجيل؟» أو حتى يكون أكثر مراوغة بسؤاله «ماذا ستفعل بشأن البيانات المتسمة بالقذف التى أدلى بها خصمك؟» وربما لم يكن المصدر يعتزم الدخول فى تراشق مع خصمه . ولكن فى ظل مثل هذا السؤال يصبح من الصعب تحاشى المواجهة .

- **عدم توجيه أى سؤال بالمرة** . يستعمل المخبرون الصحفيون الصمت للحصول على معلومات من المقابلة تزيد على ما يمكن التطوع بقوله عادة . لأنهم يعلمون أن الناس غالبًا ما يشعرون بعدم الارتياح ، ما لم يتم ملء فراغات المحادثة .

وفى ظل كل هذه الحيل الصغيرة التى يستعملها المخبرون الصحفيون فى بعض الأحيان ، ما هو أفضل دفاع عندما توجه لك الأسئلة بقسوة؟ كن ميتزلر أستاذ الصحافة فى جامعة أوريجون متخصص فى توجيه المشورة لصانعى الأخبار بشأن الطريقة التى يتعاملون بها مع وسائل الإعلام . وهو يرى أن الحل ليس هو تحاشى مقابلة الصحفيين . ويقول ميتزلر : «تحدثوا إليهم ، لأن الرفض يزيد الشائعات ويتسبب فى ظهور كلام لا يتسم بالدقة خلال بحثهم عن مصادر بديلة . فإذا فعلت شيئًا شنيعًا ولا تريد أن يعلمه أحد ، اعقد مؤتمرًا صحفيًا واعترف بكل شىء بالتفصيل الممل . وسوف يكون هذا خبرًا ليوم واحد وسرعان ما يُنسى . » وهو يقدم العديد من الوصايا للمصدر الحذر :

* لا تجب عن الأسئلة التكهنية .
* لا تسمح للمحاور بأن يخرجك عن الموضوع .
* لا تكذب على المخبر الصحفى .
* لا تخمن الإجابة .
* كن مستعدًا .

إن جانب الكتابة فى حرفة الصحافة له جرابه الخاص من الحيل. وهى تنقسم أساسًا إلى فئتين: (١) الغزْل (٢) غطى ذيلك. فإذا اعتقد مخبر صحفى أن مصدراً أصدق من غيره، فقد يعطى المصدر الموثوق مساحة أكبر ويبرزه بصورة أفضل فى القصة الخبرية. وبينما يكون هذا مقبولاً فى كثير من الأحيان عندما يكون الصحفى متكئًا على قدر جيد من المعرفة، فالأقل قبولاً هو الإشارة إلى مصداقية المصدر باستعمال ما ينم عن الحكم من صفات (مثل حاد وأنيق) أو أفعال (مثل أقر وشدا). وعادة ما يكتشف المحررون اليقظون مثل هذه الصفات والأفعال. وفى الفئة الثانية يتعلم المخبرون الصحفيون كيف يسدون «الثغرات» التى فى معلوماتهم. فهم على سبيل المثال قد يقولون: «لم يعرف إن كان. . .»

وهذه بعض نماذج التكتيكات التى يكاد يكون هناك إجماع على إدانتها داخل المهنة، إلا فى حالات نادرة:

- **تقديم نفسك بصفة غير صفتك.** من المفترض أن يُعَرِّف الصحفيون أنفسهم بهذه الصفة فى أثناء العمل. فالتقاط بعض النميمة فى أثناء الجلوس فى أحد البارات فى أثناء أوقات الراحة شيء، والبدء فى سؤال الناس دون أن تخبرهم أن الأمر قد ينتهى به المطاف فى صحيفة الغد شيء آخر. وأسوأ اعتداء من هذا النوع هو توجيه الأسئلة كشخص آخر، أى كرجل الشرطة مثلاً. والمخبرون الصحفيون الذين يرغبون فى العمل مستترين لابد لهم من الحصول على موافقة كبار المحررين، الذين يجب عليهم تقدير الفوائد (ما أهمية هذه القصة؟ هل هذه هى الطريقة الوحيدة للحصول عليها؟) مقابل التكلفة (ما تأثير الكذب بشأن هويتنا على مصداقيتنا كرواة للحقيقة؟).
- **التهديد والابتزاز.** هذه هى مدرسة «قل لى وإلا. . .» الخاصة بإجراء المقابلات، وعلاقتها بالصحافة الجيدة مثل علاقة رأس حربية زنة عشرة كيلو طن باحتفال الرابع من يوليو.
- **المحاولة غير الصادقة لأن تكون نزيهًا.** إذا لم يكن المخبر الصحفى راغبًا حقًا فى إعطاء شخص ما الفرصة كى يعرض رأيه فى الصحيفة، فإن القصة قد تذكر أن المتحدث الرسمى «لم يمكن الوصول إليه ليعلق على الموضوع قبل

موعد الطبع»، فى حين أن الحقيقة هى أن المخبر الصحفى ترك التليفون يرن مرتين فقط.

وبرر دون هيويت منتج برنامج التحقيقات الجماهيرى فى تلفزيون «سى بى إس» 60 Minutes هذه الطريقة فى الخداع فى مقابلة مع صحيفة «واشنطن بوست» قائلاً: «إذا أمسكت بشخص ينتهك وصية «لا تسرق» بوصيتك «لا تكذب» فهذه مقايضة لا بأس بها». ولكن الصحفيين الجيدين يرون أن دفاع «الغاية تبرر الوسيلة» هذا خطأ صريح.

كلام جانبى: وصايا الأخبار العشر

بسبب جلوس الصحفيين فى أفضل المقاعد فى مباريات البيسبول والفرصة اليومية المتاحة لهم كى يهينون أصحاب المناصب والنفوذ، فهم كثيراً ما يبدون وكأنهم فوق القيود المعتادة. إنهم لا يخضعون وحسب للوصايا العشر، وضريبة الدخل، وقوانين السرعة، بل يعملون كذلك فى ظل قيودهم المهنية.

إن هناك ميثاق شرف غير رسمى يحكم الصحفيين. وغير رسمى هى الكلمة الأساسية هنا. فليس هناك قانون موحد للسلوك ينظم المهنة، ذلك أن العديد من الاتحادات الصحفية وكذلك الصحف المفردة والمجموعات الصحفية لها قائمة «الممنوعات» الخاصة بها، دون أن تكون لأى منها قوة القانون. ولكنها على قدر كبير من التشابه، وتشير على أقل تقدير إلى الاتفاق على الصواب والخطأ.

وهذه عشرة أشياء قد يقول معظم الصحفيين إنه من غير المفترض أن يفعلوها:

١ـ الكذب بالكلمة المكتوبة أو على الهواء (وهو ما يعنى كذلك استغلال التكنولوجيا الجديدة فى تغيير الصور).

٢ـ الكذب على المصدر أو تهديده.

٣ـ نقل الشائعات أو المعلومات غير المؤكدة

٤ـ فرض رأى أو حذف رأى لا يوافق عليه المرء.

٥ـ إبداء المحسوبية أو التحيز الشخصى فيما ينقله المرء أو يكتبه.

٦ـ تقديم المرء لنفسه بصفة غير صفته أو اللجوء إلى الخداع للحصول على قصة ما (دون أن تكون هناك أسباب قوية جداً تدعوه لذلك).

٧ـ سرقة الكلمات أو الأفكار (حيث يمكن للصحفيين استخدام الكلمات مع نسبها لأصحابها).

٨ـ التنصت على المكالمات التليفونية أو تسجيلها دون إذن.

٩ـ استخدام المرء لمنصبه لتحقيق مكاسب شخصية (كأن يقبل هدايا من المصادر).

١٠ـ القيام بأى شىء يمكن تفسيره على أنه «صراع مصالح» (مثال ذلك كتابة الخطب السياسية لمرشح تُغطى أخباره فى الانتخابات).

لماذا لا يدفع الصحفيون الجيدون ثمنًا للأخبار؟

من الممارسات التى تفصل تيار الصحافة العام «الجدير بالاحترام» عما تسمى الصحافة الشعبية (التابلويد)، هو أن الأولى لا تدفع ثمنًا مقابل الأخبار وأن الثانية معتادة على الدفع.[1]

وهذه مسألة أخلاقية أكثر منها اقتصادية. وعندما يكون للمال دخل فى الموضوع، يكون للمصادر سببها الوجيه كى «تبيع» المعلومات بنفس الطريقة التى يبيع بها المعلنون معلوماتهم، مع قليل من المبالغة. وعندما يحدث هذا، تصبح سمعة الصحيفة كراصد نزيه ودقيق للأحداث موضع مساءلة ويُقضى على مصداقيتها.

وهذا الرأى الخاص بـ«عدم الدفع» يقوم على اعتقاد آخر. فإذا كان من المفترض أن تكون الأخبار فى المجال العام، فهى من حيث المبدأ فى متناول أصحاب المبادرة والقدرة على الوصول إليها، وليس فقط من يمكنهم دفع ثمنها. ويرى الصحفيون الذين يفخرون بجمع الأخبار أن «صحافة دفتر الشيكات» مفهوم بغيض.

(١) يقول أحد المخبرين الصحفيين فى صحيفة «ناشونال إنكوايرر»: «عندما تصبح الصحف الشعبية جديرة بالاحترام لن تعود صحفًا شعبية».

ولكن الأمر لم يكن هكذا دائمًا. ففى تلك الأيام التى كانت فيها الصحف المصدر الوحيد للأخبار اليومية وكانت المدن بها صحف عديدة تتنافس على القراء، كان الناشرون يحاربون من أجل «الانفرادات». وكان بارونات صحافة بداية القرن أمثال هيرست وبوليتزر يدفعون فى العادة مبالغ ضخمة مقابل حقوق الانفراد بالقصص المثيرة. وفى سنة ١٩١١ دفعت صحيفة «ذا ورلد» The World التى يملكها بوليتزر ١٠ آلاف دولار لطيار مغامر كى يقوم برحلة دون توقف من ألبانى حتى مدينة نيويورك. ولكن صحيفة «نيويورك تايمز» التى يملكها أدولف أوكس تفوقت على «ورلد» بتأجير قطار خاص على مسار الرحلة وحققت سبقًا بإجراء مقابلة مع الطيار عندما هبط للتزود بالوقود. وقبل ذلك بعامين، مولت «تايمز» بعثة الأدميرال روبرت بيرى إلى القطب الشمالى، فى حين مولت «ورلد» رحلة فريدريك كوك. (١)

ولم يحدث قبل الحرب العالمية الثانية أن سيطر معيار عام يدين صحافة دفاتر الشيكات. ففى منتصف القرن خفت حدة معركة «الانفرادات» المحمومة إلى حد ما، بعد أن فتر التنافس بين صحف المدينة الواحدة. وصار صحفيو التلفزيون ينشرون انفراداتهم أولاً. (٢) وأفسحت الملكية الفردية (والغريبة) الطريق لملكية الشركات. واهتمت صحافة التيار العام بأن تكون موثوقًا بها أكثر منها مثيرة. وسادت معايير مهنية أكثر حزمًا داخل صالات الأخبار. وكان المحررون يرغبون فى إنفاق أموال الصحيفة لمساعدة مخبريهم فى الحصول على الأخبار بأنفسهم. فإنك لا تفوز بجوائز عن طريق شراء القصص الخبرية.

وكان هناك سبب ديموغرافى آخر وراء ذلك الهدوء. ففى سنوات الانشغال بالأمن التى أعقبت الحرب، نزح أفراد الطبقة الوسطى الأمريكية عن المدن

---

(١) فى فترة سابقة على تلك، كانت الصحف تتبع منهجًا مختلفًا بالمرة. فقد قيل إن جيمس جوردون بينيت، ذلك العبقرى الذى كان وراء «نيويورك هيرالد»، نشر مقالاً يهاجم فيه شخصًا ما. وبعد ذلك أرسل رسالة إلى الضحية يقول فيها: «أرسل عشرين دولارًا وسوف يتوقف». وكانت «شيكاغو تايمز» التى يملكها ويلبور ستورى تنشر على الدوام نقدا سلبيًا للمسرحيات التى تؤدى على المسارح التى لا تعلن فى صحيفته بقوة.

(٢) بحلول سنة ١٩٥٢ كان ٣٤ بالمائة من بيوت أمريكا، وتضم ١٥ ملونا، بها جهاز تلفزيون.

الصاخبة، التى كان بائعو الصحف فيها يصيحون بكلمة Extra من كل مكان لترويج مبيعاتهم، إلى البيوت المحاطة بالسياج الخشبى الأبيض فى الضواحى. ووقتها كانت الأسر تعتمد على تلقى صحيفة الصباح على عتبة البيت، وكان الناشرون يعتمدون على المبيعات اليومية دون الحاجة إلى العناوين الصارخة.

ومع أن هناك نفوراً عامّاً لدى الصحفيين من دفع ثمن للمعلومات، فإنهم يقيمون سوقًا للصور والأفلام الانفرادية. وفى سنة ١٩٨٣ اشترت «نيويورك ديلى نيوز» صورة الرجل الذى قفز من على ناطحة السحاب إمباير ستيت. وحصل السائح الذى التقط الصورة على أكثر من ٤٥٠٠ دولار. وهناك من يحاجج بأن مثل هذه المعاملة مقبولة، لأن المصداقية ليست عاملاً ـ فالكاميرا لا تكذب (أو هى كذلك على الأقل حتى ظهور تحسين الصورة بالكمبيوتر). وربما كان أشهر مثال للكسب المفاجئ الذى يتحقق لأحد المصورين هو لقطة ابراهام زابرودر مقاس ٨ ملليمتر لإطلاق النار على الرئيس كنيدى فى ديلى بلازا بدلاس. وحصل زابرودر، الذى كان سائحًا يقف فى المكان الصحيح والتوقيت الصحيح، على ٢٥ ألف دولار من مجلة «لايف» مقابل تلك اللقطة، وهو مبلغ ضخم فى أوائل الستينيات.

وهناك كذلك المصورون المستقلون freelance الذين يتعقبون المشاهير ويبيعون صورهم للصحف الشعبية. ويسيطر على هذا المجال الأوروبيون والباباراتسى[1] Paparazzi الإيطاليون، حيث يتسببون فى حرج العائلات الملكية.

وتكسب صحافة دفتر الشيكات مؤمنين بها فى سوق الوقت الراهن. وهى رائجة أكثر من ذى قبل، وخاصة فى مجال التلفزيون. ومنذ حوالى عشرين سنة حصل اثنان من مساعدى الرئيس نيكسون هما هـ. ر. هادلمان وج. جوردون ليدى بالترتيب على ٢٥ ألف دولار و١٥ ألف دولار، مقابل الحق فى إجراء مقابلة معهما مدتها ٦٠ دقيقة. وهذه الممارسة أكثر شيوعًا فى الوقت الراهن بين برامج التلفزيون الإخبارية «التابلويد» المنتشرة.

ويقول البعض إنه ما دامت وسائل الإعلام الإخبارية تستفيد من الأخبار،

---

(١) كلمة إيطالية مفردها paparazzo وتعنى مصور صحفى مستقل. (المترجم).

فينبغى أن تستفيد المصادر كذلك. وإذا كان هذا ما يزال رأيًا مستغربًا بين صحفيى الصحف، فهو يلقى قبولاً كبيراً لدى غيرهم ممن يبنون عملهم على الكلمة المطبوعة. وتدفع كل من «سبورتس الاستريتد» و« ردبوك» Redbook مالاً مقابل الانفرادات. وأشار جون بوريس، وهو المحامى الذى كان يمثل رودنى كنج، إلى اتجاه يتدافع بموجبه المواطنون المتعطشين إلى المال للخدمة فى هيئات المحلفين فى المحاكمات المثيرة، حيث يمكنهم تحقيق أرباح كبيرة من المقابلات والكتب.

وقد بُدِّل أحد المحلفين فى قضية القتل التى اتهم فيها أوجى سيمسون، عندما أشارت الدلائل إلى أنه ربما كان يكتب كتابًا عن هذا الحدث الإعلامى. غير أنه فى نظامنا السياسى القليل ما يمنع الصحافة الباحثة عن الإثارة من أن تكون بمثابة ماعون يغترف منه الجمهور المتعطش للإثارة. وبإيحاء من محاكمة سيمسون، أقر واضعو القوانين فى كاليفورنيا قانون «صحافة دفتر الشيكات». وطبقًا لهذا القانون لا يمكن للمحلفين بيع قصصهم، ولا يقبل الشهود المهمون أموالاً مقابل معلومات لمدة سنة بعد انتهاء المحاكمة. إلا أن القضاة أصدروا فيما بعد حكمهم بأن كلا القانونين انتهاك للحقوق التى ينص عليها التعديل الأول.

* * *

الفصل السادس

مزايا الصحفيين وعيوبهم

لماذا لا يلبسون من أجل النجاح ؟

يا له من منظر. كان أحد مخبرى التحقيقات ذائعى الصيت فى البلاد يسير فى الصالة . . . مرتديًا زيًا أنيقًا. كان ذلك الرجل رائدًا، وكانت بدلته على مقاسه، وكانت نظيفة، وكان رباط عنقه محبوكًا حول رقبته، وليس منكسًا. تعجبنا من هذا المنظر. وبعد ذلك استدار ليسير فى الاتجاه الآخر. وهنا وجدنا أن فتحة جاكيت بدلته الخلفية مشقوقة حتى بضع بوصات من ياقته.

لقد جرى العرف على أن عدد من يتأنقون فى ملبسهم فى صالة الأخبار مثل عدد من فى فرق كرة السلة المحترفة من لاعبين يقل طولهم عن ست بوصات. والواقع أن الملابس المبهدلة، وكل ما يوحى به هذا الوضع، قد أصبح مجازًا بالنسبة للصحافة. ولكن فى الوقت الذى يحتوى فيه المجاز على شىء من الحقيقة. فهو كذلك ضرب من المبالغة.

وهذه بعض الحقائق التى تشيع عن أزياء الصحفيين وأسلوب حياتهم:

- يعتبر المخبرون الصحفيون مبهدلين فى ملبسهم لنفس السبب الذى جعل تشارلز و. إليوت يصفهم بأنهم «سكارى، ومتسكعون، ومتشردون». فالناس يرونهم وهم يجرون وراء الأخبار دون اهتمام كبير بكرامتهم، أو مظهرهم الاجتماعى، أو مسئوليتهم العائلية. هل تذكرون أوسكار ماديسون فى ذلك الشخص المبهدل فى The Odd Couple؟ لقد كان صحفيًا.

ولا شك فى أن دورة الصحافة اليومية تكثف عمل المحررين والمخبرين الصحفيين. ويقول بيل كوفاتش المحرر السابق فى صحيفة «أطلنطا كونستتيوشن Atlanta Constitution» : «أى محرر يعمل أربعًا وعشرين ساعة. ولا يكون لدى المرء وقت للتفكير فى صحيفة الغد». وليس من غير الشائع أن مخبرين صحفيين يتميزون بالجرأة يبدون مخبولين بعض الشىء وفى عجلة أبدية، وجيوبهم أو حقائبهم محشوة أقلامًا وورقًا. وبينما ينظر صحفيو التلفزيون فى المرآة قبل وقوفهم أمام الكاميرا، يكتب صحفيو الجرائد قصصهم بدون ماكياج.

ولكن لتنسوا الفكرة القائلة بأن صحفيى الجرائد عاجزون بالفطرة عن العيش فى مجتمع متحضر بعد ساعات العمل ؛ ذلك أنهم يعملون تحت قدر من الضغط يجعل معدلات الطلاق بينهم تصل إلى أرقام فلكية، كما يفرطون فى شرب الخمر، وليسوا متدينين.

إن الصحفيين يبدون نفس القدر الذى لدى غيرهم من الميل إلى الحياة الزوجية، طبقًا لدراسة أجرتها سنة ١٩٨٩ الجمعية الأمريكية لمحررى الصحف. وتشير الدراسة إلى أن «أكثر من نصف قوة العمل فى صالة الأخبار (٥٧ بالمائة) متزوجة. وهى تقريبًا نسبة القوى العاملة الأمريكية ككل (٦١ بالمائة). . . . وربع العاملين فى صالة الأخبار (٢٧ بالمائة) عزاب لم يسبق لهم الزواج (مقابل ٢٥ بالمائة من القوى العاملة الأمريكية). والباقون مطلقون (٧ بالمائة) أو أرامل (١ بالمائة) أو مشاركون فى علاقة كبيرة ما (٧ بالمائة)».

وماذا عن الأطفال؟ طبقًا لما جاء فى التقرير ذاته فإن «سبعة وستين بالمائة من الصحفيين ليس لديهم أطفال بالبيت، مقابل ٦٠ بالمائة من إجمالى القوى العاملة». غير أن هذا الاتجاه قد يكون فى سبيله إلى التغير. فالدراسة تذكر أن «حوالى ٢٠ بالمائة من الصحفيين لديهم أطفال دون السادسة، مقابل ١٩ بالمائة من القوى العاملة القومية».

وبالنسبة لشرب الخمر، فإن الاتجاهات تتبع الاتجاه العام للمجتمع. وربما كان المخبرون الصحفيون فى الماضى ـ رجالاً ونساء ـ يذهبون إلى البار المحلى لتناول

كأس من الويسكى بعد وفائهم بالموعد النهائى[1]. (ولكنهم الآن، شأن أى أناس آخرين، أكثر ميلاً للعودة إلى بيوتهم ويساعدون فى إعداد وجبة العشاء ووضع الأطفال فى أسرتهم. وفى المقابل تبدو نوادى الصحافة، التى كانت فى السابق أماكن ذات شعبية يشرب فيها الصحفيون الخمر، مثل صالات التحرير التى يعمل بها ذكور فقط. وذكر هارى بودان، وكان مدير النادى القومى للصحافة فى واشنطن فى منتصف التسعينيات، أن ما بقى منها فى تلك الفترة هو تسعة عشرة فقط. وكان تقديره أن عددها كان خمسين فى أوائل الثمانينيات. ونادى الصحافة فى أطلانطا، وهو أحد أكبر أندية الصحافة فى البلاد، من بين ما يزال قائمًا منها. وليس فيه بار.

والصحفيون لا يشربون المياه المعدنية مثل بقية البلاد وحسب، بل يذهبون إلى الكنيسة تمامًا مثل جيرانهم. وأكثر من ٨٠ بالمائة منهم مؤمنون، طبقًا لدراسة الجمعية الأمريكية لمحررى الصحف.

ـ وراء صورة الملبس المبهدل فكرة أن الصحفيين لا يلبسون جيداً لأنهم يتقاضون رواتب ضعيفة. أما الأزياء الراقية والسيارات الاسبور الرائعة والعطلات باهظة التكاليف، فليست فى متناولهم. وحسبما قاله جيمى بريسلين كاتب العمود اللامع فى صحيفة «نيوزداى»، فإن مخبرى الصحف «ليس مظهرهم جيداً وأصواتهم لا تصلح للتلفزيون. وهم يكسبون عُشر ما يكسبه نجم من نجوم أخبار التلفزيون. وحقيقة الأمر أن أحداً لا يعرفهم».

والواقع أن الناشرين وكبار المحررين غالبًا ما يحصلون على رواتب جيدة هذه الأيام.[2] أما رواتب المخبرين الصحفيين ومحررى الديسك ومن شابههم فليست مثيرة، ولكنها ليست شديدة السوء كذلك. ويحدد مكتب إحصاءات العمل

---

(١) صورة شرب الخمر دخلت الأدب وهو الذى أبَّدها. وهذه فقرة من رواية ادوين أوكونور The Last Hurrab: «توم، لتُدخل ذلك الرجل الصحفى إلى هنا. إنهم رجال مشغولون؛ فلابد أن يعودوا مسرعين إلى صحفهم، ويكتبون قصصهم، ويخرجون منها إلى البارات».

(٢) جاءت هذه الرواتب فى نشرة «ميديا إندسترى نيوزليتر» Media Industry Newsletter سنة ١٩٩٤: إيان كولدر، محرر «ناشونال إنكوايرر»، ٦٣١ ألف دولار، وبيرل أوسبورن، ناشر «دالاس مورننج نيوز»، ٩١٩ ألف دولار، وآرثر سالزبرجر الابن، ناشر «نيويورك تايمز»، ٥٨٧ ألف دولار.

متوسط الدخل الأسبوعى للمخبرين الصحفيين بـ٦١٤ دولاراً، وهو دخل متوسط. لكنه أعلى من دخل الأخصائيين الاجتماعيين وضباط الشرطة، ويتساوى مع دخل المحاسبين، ويقل عن دخل المحامين. وطبقًا لما جاء فى دراسة أخرى، فإن متوسط الدخل السنوى لكل مخبرى الصحف اليومية كان ٣٥١٨٠ دولاراً سنة ١٩٩١، بينما كانت رواتب صحفيي التلفزيونات المحلية أقل بكثير (حيث كان المتوسط ٢٥٦٢٥ دولاراً). وفى صحيفة «نيوزداى»، يرتدى المخبرون الصحفيون قمصانًا مقلمة، وحمالات وبدلاً تحمل أسماء المصممين المعروفين.

ولكن بريسلين ليس مخطئًا كل الخطأ بشأن التلفزيون، رغم مبالغته. فهو يفهم أن الأسماء الكبيرة فى أخبار التلفزيون ـ وحتى الأسماء المحلية الكبيرة ـ تتقاضى رواتب أعلى بكثير مما يتقاضاه صحفيو الجرائد النجوم. فصحفيو التلفزيون الكبار لهم وكلاء. فى حين أن صحفيى الصحف بصورة عامة ليس لهم وكلاء ـ إلا إذا كانوا يظهرون بانتظام فى برامج التلفزيون الجماهيرية. وحينئذ يحصلون كذلك على أجور كبيرة مقابل الكلام.[(١)]

ـ ويقال كذلك إن الصحفيين لا يلبسون جيداً، لأنهم لا يرغبون فى اتباع الموضة. وهم يتخيلون أنفسهم غرباء ومنفصلين. ونفيًا لهذه القاعدة، وصف جورج فيكسى المخبر الصحفى فى «نيويورك تايمز» مايكل جوردان بأنه «يرتدى بدلة غاية فى الأناقة، وتبدو غالية الثمن بحيث لا يسع أى مخبر رياضى غير مهندم إلا أن يبدأ بوصفها».

وطبقًا لهذه المقولة، فإن الصحفيين يحبون إبداء عدم ثقتهم فى كل شىء. ذلك أنهم ليسوا اجتماعيين. إلا أن دراسة الجمعية الأمريكية لمحررى الصحف أظهرت أن ٥٩ بالمائة وصفوا أنفسهم بأنهم يشاركون فى الأمور الاجتماعية مثل «غيرى ممن هم فى سنى» أو أكثر منهم.

---

(١) كما جاء فى عدد ١٥ إبريل سنة ١٩٩٤ من «وول ستريت جورنال»، فإن المتحدثين فى برامج التلفزيون الجماهيرية لا يصبحون جذابين كمتحدثين وحسب، بل ترتفع أسعارهم كذلك. وأشار مدير أحد مكاتب المتحدثين إلى أن أى مشارك فى برامج التلفزيون الجماهيرية يتلقى حوالى ٥ آلاف دولار كمتحدث و١٠ آلاف كمقرر للجلسة.

بل حتى الـ ٤١ بالمائة الذين لا يشاركون بنفس القدر الذى يشارك به أقرانهم ليسوا منشقين عن المجتمع فى واقع الأمر. وربما لا يرتدى الصحفيون بدلاً من «أرمانى»، غير أنهم لا يرتدون كذلك أثواب هارى كريشنا [١].

لماذا هم مصلحون وليسوا ثواراً؟

عندما وصف سبيرو أجنيو نائب الرئيس ريتشارد نيكسون الصحفيين بأنهم «ملوك السلبية الثرثارون»، أدرك الجمهور ما يقصده. فالصحفيون مدمرون. إنهم يهدمون المؤسسات والأفراد. وربما لم يعجب تعليق أجنيو الصحفيينَ، ولكنهم يغذون مثل هذا الشعور. فهم يحبون صورتهم وهم يدكون بوابات الحكومة.

ولو تركنا البلاغة السياسية ومشاعر الرضا عن الذات جانبًا، لوجدنا أن هناك بعض الحقيقة فى صورة الصحافة المناوئة للمؤسسة الحاكمة. فهم ينقلون فشل المؤسسات التى يعتز بها الناس. وهم متشائمون بشأن من يغطون أخبارهم. غير أنهم ليسوا على وشك القيام بعصيان مسلح. إنهم يؤمنون بالنظام ويبغون تحسينه. قد يكونون مصلحين، ولكن من المؤكد أنهم ليسوا ثواراً.

ولنر ما تقوله الإحصاءات السكانية. فالثوار عادة ما يخرجون من بين صفوف الفقراء شديدى الفقر أو الأثرياء فاحشى الثراء. أما الصحفيون، سواء أكانوا من الصحف أم المجلات أم التلفزيون، فهم ينتمون بكل تأكيد إلى الطبقة الوسطى الأمريكية. وأكثر من تسعين بالمائة منهم من البيض، وحوالى نصفهم من الذكور ونصفهم من البروتستانت. والرواتب، كما أشرنا فى القسم السابق، تجعلهم مساويين لأقرانهم فى المجتمع دون أن يتفوقوا عليهم.

وفى يوم من الأيام قال الناشر إ. و. سكريبس: «الذى مبدأ واحد وحسب يمثله

---

(١) اسم حركة هندوسية معاصرة ازدهرت خارج الهند ويعنى «يا مولاى كريشنا». وتقول هذه الطائفة إن حب كريشنا هو المفتاح إلى السعادة وإلى مولد الإنسان من جديد. وعادة ما يرتدى أتباع هذه الحركة من الرجال ثيابًا بلون الزعفران ويحلقون رءوسهم. أما النساء فيرتدين السارى الهندى. ويوجد أكثر من عشرين مركزاً للحركة فى الولايات المتحدة التى حققت فيها نجاحًا كبيراً. (المترجم).

السعى لجعل الأمر أكثر عسراً على الأغنياء كى يزدادوا غنى، وأكثر يسراً على الفقراء كى لا يزدادوا فقراً.» ومن الوهلة الأولى قد يبدو شخصًا يعتزم إعادة توزيع الثروة. غير أنه يعكس توجه شائع فى الصحف يحابى الطبقة الوسطى القوية (١).

وفى الوقت الذى قد لا يميل الصحفيون فيه إلى هدم بُنى المجتمع الأمريكى الأساسية، فإن لديهم ميلاً لأن يروه وقد تحسن. فهؤلاء الذين تجتذبهم مهنة الصحافة غالبًا ما يكونون مثاليين أصحاب آراء رومانسية بشأن وظائفهم والعالم. ويقتضى الحصول على شهادة جامعية فى الصحافة أن تكون ثلاثة أرباع مناهج الطلاب من علوم الثقافة العامة. وهؤلاء الشباب الذين يدخلون المهنة دون الحصول على شهادة فى الصحافة عادة ما يكونون حاصلين على شهادات فى بعض علوم الثقافة العامة هذه، كاللغة الإنجليزية أو التاريخ أو العلوم السياسية. ويحمل ٣,٢ بالمائة فقط من الصحفيين شهادات جامعية فى إدارة الأعمال، و٣,٠ بالمائة فى الرياضيات، و٦,١ بالمائة فى الفيزياء أو الأحياء. (٢)

وفى كثير من الأحيان يلهم الصحفيون أصحاب الاتجاهات الإصلاحية الشباب باقتفاء خطاهم. وقد قرأ نجوم الصحفيين من جيل سابق السيرة الذاتية التى كتبها لنكون ستيفنز، وهو واحد من أعظم «الباحثين عن الفضائح». وتزامنت التقارير الصحفية الجريئة فى الستينيات والسبعينيات مع زيادة كبيرة فى عدد المسجلين فى كليات الصحافة. فقد تلقى من يرغبون فى أن يكونوا صحفيين على إلهامهم من كتاب وفيلم ووتر جيت «كل رجال الرئيس».

ولكن بعض هذه الرومانسية قد يتبخر مع تقدم الصحفيين فى العمر. غير أن خطوط الصحافة الأمامية يسيطر عليها أفراد المهنة من الشباب، وهم المخبرون

---

(١) من المؤكد أن سكريبس لم يكن حريصاً على التخلى عن ثروته. ففى وقت من الأوقات طالب المخبرين الصحفيين بدفع أجرة المواصلات التى يركبونها عند الذهاب إلى تغطية الأخبار وبشراء الأقلام الخاصة بهم.

(٢) وهذا لا يعنى أن الصحفيين سيئون فى الرياضيات، وكل ما فى الأمر أنهم منساقون مع الكلمة المكتوبة. وطلاب الصحافة الذين يدخلون اختبار التقدير البحثى يحصلون فى الرياضيات على المتوسط القومى وأعلى من المتوسط القومى فى الأجزاء الشفوية من الاختبار.

الصحفيون. بل إن ثقافة الصحافة تثرى المشاعر الرومانسية حتى بين المحررين. ويحظى المحررون بتكريم أقرانهم لدعمهم المخبرين الصحفيين ذوى الاتجاهات الإصلاحية، وليس إعاقتهم.

ويتضح هذا الإيثار عندما يقيس الاستطلاع رضا الصحفيين عن وظائفهم. فعندما يرى مخبرو الصحف تدنى أجورهم مقارنة بمهن مشابهة كالمحاسبة والمراجعة، قد ينتظر منهم أن يضعوا مبالغ أكبر فى قوائم الرغبات. ولكن فى دراسة أجريت فى أوائل الثمانينيات وصف ٦١ بالمائة من الصحفيين «مساعدة الناس» على أنها شديدة الأهمية، فى حين وصف ٢٣ بالمائة فقط «الراتب» بأنه شديد الأهمية. ووصف ٥٧ بالمائة «الأمن المهنى» و«السياسة التحريرية» بأنهما شديدا الأهمية. وأظهرت دراسة أقرب منها أجراها اتحاد مديرى التحرير فى «أسوشيتد بريس» نتائج مشابهة. وما يريده المخبرون الصحفيون هو مديرون يتسمون باليقظة وفرصة للترقيات والنمو الفكرى. ويرتبط الرضا الوظيفى ارتباطًا وثيقًا بجودة الصحيفة، أما المكافأة فأقل أهمية.

وانتهت دراسة الجمعية الأمريكية لمحررى الصحف إلى أن أحد أهم ما يمكن أن يقوم به مديرو صالات الأخبار لرفع معنويات العاملين معهم والحفاظ عليهم هو «الالتزام بصدق بوظائف الصحافة المنصوص عليها فى التعديل الأول. فمسئوليات الصحيفة تجاه الجمهور والنظام الأمريكى على قدر كبير من الأهمية بالنسبة للعاملين فى صالة الأخبار».

وعادة ما لا يعلن الصحفيون عن انتماءاتهم السياسية، إلا أن الاستطلاعات تظهرهم كجماعة على أنهم يسار الوسط. فـ٤٤ بالمائة يعتبرون أنفسهم ديمقراطيين، و١٦ بالمائة جمهوريين، و٣٤ بالمائة مستقلين. وتؤيد استطلاعات حديثة ذلك. فقد ذكر منتدى القيادة الإعلامية سنة ١٩٩٥ أن ٨٥ بالمائة من القادة الإعلاميين الذين استطلعت آراؤهم وافقوا على أن وسائل الإعلام تميل إلى أن تكون أكثر ليبرالية من الناخبين الأمريكيين. وأظهرت دراسة أجرتها «تايم ميرور» فى السنة نفسها أن «الجمهور أكثر تحفظًا من وسائل الإعلام بكثير». فقد بدت وسائل الإعلام أكثر تسامحًا فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية على وجه الخصوص.

كما شعر أكثر من أربعة من بين كل خمسة صحفيين محليين وقوميين بضرورة قبول المجتمع للشذوذ الجنسى . وأظهرت استطلاعات أخرى للرأى أنهم أكثر انفتاحًا من الجمهور العام فيما يتعلق بالمساعدات الخارجية والإجهاض .

دعونا نؤكد على الوسط وليس على اليسار . فهؤلاء ليسوا قاذفى قنابل . وهؤلاء الذين يميلون إلى الليبرالية لا يذهبون إلى حد اليسار . وأظهر استطلاع «تايم ميرور» أن ٢ بالمائة فقط صنفوا أنفسهم على أنهم «شديدو الليبرالية» . ويصنف كثيرون أنفسهم على أنهم معتدلون . وإجمالاً ، يفضل الصحفيون التجمع حول الوسط . وفخرهم بأنهم محايدون أكبر من فخرهم بكونهم جزءًا من حزب ما . بل إن بعضهم ، مثل محرر «أكرون بيكون جورنال» Akron Beacon-Journal ، لا يدلون بأصواتهم فى الانتخابات خشية النظر إليهم على أنهم منحازون لطرف دون آخر . وبالطبع فإن عدم تبنى موقف طرف من الأطراف يعنى التصويت بصورة أو بأخرى لصالح الوضع القائم .

كلام جانبى: عشرة تعليقات تغضب أى مخبر صحفى

١- صحيفتك تكذب.

فى سنة ١٨٣٥ كتب مندوب «نيويورك صن» سلسلة من القصص الخبرية يصف فيها «اكتشافات» الحياة على القمر ، بما فى ذلك وجود مخلوقات تجمع بين الإنسان والوطواط ، وكان الجمهور متسامحًا بشأن هذه الخدعة . أما اليوم فإن التركيز فى مكان العمل يكون على «كونك محترفًا» . وفى حالة الصحفيين ، يعنى هذا قول الحقيقة أو الفصل من العمل .

٢- صحيفتك منحازة.

الانحياز يوحى بوجود دافع ما . ويحب الصحفيون الاعتقاد بأنهم ليس لديهم أى دافع سوى البحث عن الحقيقة . ولديهم بالنسبة لتهم التحيز الكثير من الردود الجاهزة . وهى فى بعض الأحيان مثل هذا الرد : «يعتقد نصف قرائنا أننا متحررون أكثر من اللازم ، ويرى نصفهم أننا محافظون أكثر من اللازم . ولا بد أننا نقوم بعملنا بشكل صحيح» .

٣- لم تقتبس ما قلته بدقة.

يوحى هذا بأن الصحفى لم يكن دقيقًا فى كتابته للملاحظات، أو أنه يحرف المقتطفات لتناسب دوافع خفية ما. وعندما يسمع المخبر الصحفى هذه الشكوى يشك أن المصادر تتمنى لو أنها أغلقت أفواهها وترغب الآن فى إلقاء اللوم على أحد.

٤- عندما رأيت العنوان لم أقرأ أكثر من ذلك.

يكره المخبرون الصحفيون أن يتحملوا عقوبة العنوان المضلل الذى لم يكتبوه ويعتقدون أنه يُسَطِّح عملاً صحفيًا مدهشًا.

٥- أنتم ترغبون فى بيع الصحيفة وحسب.

الاتهام باطل. فالمخبرون الصحفيون لا يعملون لكى يبيعوا الصحيفة. إنهم يسعون إلى كتابة قصص خبرية تجعل أسماءهم تظهر على الصفحة الأولى. فهذه هى الطريقة التى يطورون بها حياتهم العملية.

٦- أريدك أن تبرز هذا الكلام.

يتصدى الصحفيون دومًا لمحاولات أصحاب المصالح استغلال الصحافة لتحقيق أغراضهم. إنهم لا يحبون فكرة أن يستغلهم أحد، ولو لغرض طيب.

٧- أين حسك الوطنى؟

يرى الصحفيون مهنتهم على أنها قمة الخدمة العامة. وهم يشعرون بأن هذا السؤال ينال منهم. فمساءلة الحكومة من وجهة نظرهم عمل وطنى.

٨- لماذا لم تنشروا رسالتى؟

المخبر الصحفى ليست لديه أدنى فكرة عما حدث لهذه الرسالة.

٩- إنكم لم تسمحوا للحقائق بأن تجد طريقها إلى القصة الجيدة.

العبارة الكلاسيكية لشخص مطلع على بواطن الأمور تأتى من كاتبة العمود ديانا ماكليلان: «لا تراجع القصص يا عزيزى. فإنك تفقدها بذلك.» وعندما يقول هذا قارئ يريد أن يحث الصحفى، فإن الصحفى يحمر وجهه

خجلاً أو يستشيط غضبًا. فهذا هو أسوأ الاتهامات. إذ يعنى تلفيق الأخبار بدلاً من الالتزام بالحقائق.

١٠-إنكم لا تعترفون أبدًا عندما تقعون فى الخطأ.

الوقوع فى الخطأ فى حد ذاته ضار، ولكن رفض الاعتراف عندما تكون مخطئًا يوحى بالجبن والكبر. ونادراً ما كانت تحدث التصويبات فى الماضى. وربما لم تكن تحدث قط. وكانت الصحيفة ترفض الرد إلى أن يتم تهديدها برفع دعوى قضائية ضدها. واليوم تظهر «التنويهات» كثيراً لبيان أن السلطة الرابعة تراقب نفسها. ولكن الصحفيين ما زالوا يجدون طريقة لتفادى المسئولية بجمل من قبيل «بسبب خطأ فى الكمبيوتر» و«بسبب معلومات خاطئة» و«بسب كسوف الشمس».

لماذا يضايقون الناس؟

فى الأيام الخوالى كان الرجال لديهم آلات تعذيب، أما الآن فلديهم الصحافة. صحيح أن هذا تحسين، غير أنه غاية فى السوء والخطأ، ومفسد للأخلاق.

أوسكار وايلد، ١٨٩٢

ضايقت الصحافة جيمى كارتر عندما زعم أنه تصدى لـ«أرنب قاتل» سبح فى اتجاهه مكشراً عن أنيابه بينما كان يجدف فى إحدى البرك. [(١)] كما طاردت جيرالدين فيرارو المرشحة لمنصب نائب الرئيس بشأن ما ارتكبته من مخالفات فى إقراراتها الضريبية، وفى إقرارات الذمة المالية الخاصة بها كعضو فى الكونجرس، وسجلات زوجها كرجل أعمال. وكذلك سخرت من نائب الرئيس دان كويل لتهجيه الخطأ لكلمة potato. وهى لا تكتفى من النيل من ديانا وتشارلز، اللذين يؤديان ما عليهما بالهمس لحبيبيهما عبر تليفون السيارة. وهناك أوقات يظهر فيها بطل «حق الناس فى المعرفة» العظيم وكأنه يزيد قليلاً عمن يستأسد على من هم أضعف منه. واعتبر صحفيو واشنطن مجتمعين فترة رئاسة بيل كلينتون خسارة بعد

(١) حكايات كهذه تعيش سنوات وسنوات. وأظهر البحث فى قاعدة بيانات نكسيس الخاصة بالقصص الخبرية لسنة ١٩٩٤ أن هناك حوالى خمس وعشرين إشارة إلى «الأرنب القاتل» ـ وكان ذلك بعد مرور أربع عشرة سنة على الهجوم.

ستة أشهر من توليه لمنصبه . وبعد سنتين رفعوه إلى ما يقرب من البطل القومى . ثم أعلنوا أنه حالة ميئوس منها بعد سنة من ذلك .

ويبدو أنه ما أن يشم الصحفيون الدم حتى يهجمون هجمة رجل واحد، ولا يتوقفون حتى يأتون تمامًا على الهدف . والتصريحات الرئاسية الخاطئة مما يثير لعابهم بصورة خاصة . وفى ذروة الحرب الباردة، قال جيرالد فورد ذات مرة : «ليست هناك هيمنة سوفيتية على أوروبا الشرقية، ولن تكون لهم سيطرة أبدًا فى ظل حكومة فورد» . ويشير المخبر الصحفى ديفيد برودر إلى أنه بعد عدة تصريحات غير دقيقة من هذا القبيل «ثبتت فى عقول مندوبى الصحف الذين يغطون أخبار فورد صورة ما، وقد أبقوا عليها بما كان يصل إلى أيديهم من مادة» .

وبينما كان كارتر يعبر عن شعور عام بين الساسة، اشتكى من أن الصحفيين لا يبغون تفسيرات أفضل للسياسات، بل هم يريدون «تعليقًا راديكاليًا مشوهًا غير مسبوق»، حتى ولو كان خارجًا عن السياق .

وليس الساسة بطبيعة الحال هم وحدهم الأهداف التى تهاجمها وسائل الإعلام . وليست الظاهرة جديدة ولا تركز دومًا على أمور فى تفاهة هجمات الأرانب . ومن بين أشهر الحالات التى حدثت فى الثلاثينيات عندما اهتمت الصحافة اهتمامًا شديدًا باختطاف طفل تشارلز ليندبره وقتله . وأدت مناظر المخبرين الصحفيين الصارخين والمتدافعين، وعناوين الصحف الطنانة القائمة على شائعة لا أساس لها من الصحة، والتجاهل التام لحياة الطيار الشهير الخاصة، إلى قدر كبير من اشمئزاز الناس . ويقول البعض إن مثل هذه التغطية الهستيرية (ثلاثمائة مخبر صحفى أبرقوا أكثر من أحد عشر مليون كلمة) عقدت كذلك «محاكمة أجرتها الصحيفة»، مما يعد انتهاكًا لحقوق المتهم برونو هاوبتمان فى جلسة استماع نزيهة .

لماذا يتصرف الصحفيون بهذه الطريقة فى بعض الأحيان؟ لارى ساباتو أستاذ نظم الحكم فى جامعة فيرجينيا خصص كتابًا بعنوان Feeding Frenzy [تغذية الجنون] لبحث المشكلة ومسبباتها وطرق علاجها الممكنة . ويقول ساباتو إن أحد الأشياء التى ليست مسببًا هو «مؤامرة» الصحافة . على الأقل بالمعنى التقليدى للمؤامرة . فالمحررون والمخبرون الصحفيون لا يتصلون ببعضهم تليفونيًا ويقولون

«هيا نطارد هذا الشخص». وعلى أية حال، فإن الصحافة فى هذه البلاد بينها تنافس شديد (كما أنها غير منظمة بالقدر الذى يسمح بشن حملة ضخمة لها أهميتها). ولكن من المفارقة أن هذا التنافس هو الذى يجمع بين الصحفيين ـ شاءوا أم أبوا ـ ويخلق انطباعًا بأن هناك تواطؤًا. وعندما تشيع قصة ساخنة، فإنه غالبًا ما تتحرك المؤسسات الصحفية فى نفس الاتجاه؛ إذ لا يرغب أحد فى أن يُتهم بأنه متخلف عن منافسه فى تغطية القصة. وبذلك يكون الخوف هو القوة المحركة الأساسية وراء تجميع الصحفيين.

ويقول ساباتو إنه فى السنوات الأخيرة دفع شعور الصحافة بالذنب ـ بشأن حالات الفشل السابقة ـ الصحفيين إلى حماس زائد. والأمر حسب تفسيره هو أن الصحافة الأمريكية فى الوقت الراهن تعاقب نفسها على أنها كانت فى يوم من الأيام تنظر بطريقة خاطئة إلى السلوك السياسى السيئ، وخاصة فيما يتعلق بقضية «الشخصية». وكان لدى فرانكلين روزفلت وجون كنيدى وكثيرين غيرهما من الشخصيات السياسية الأمريكية عيوب شخصية. كما أنهم ارتكبوا حماقات عرفتها الصحافة ولكنها لم تنقلها. لقد كان الصحفيون جزءًا من «نادى» واشنطن، وكانوا يتحاشون الإعلام عن أعضائه.

ويربط مراقبو وسائل الإعلام هذه الجرأة المتزايدة بعدد من الأحداث التى نالت من سمعة أشخاص فى السلطة. فهناك دخول السناتور إدوارد كنيدى بسيارته فى الماء قبالة جزيرة تشاباكيديك وغرق مارى جو كوبكن، ووترجيت، وبالأخص تفريغ مكالمات البيت الأبيض، التى كشفت اللثام عن النشاط الذى يقوم به مكتب كبير موظفى البيت الأبيض، وجيمى كارتر الذى يروج للشخصية باعتبارها معيارًا للقيادة الرئاسية. وكان لحركة المرأة دور بوضعها الأمور العائلية والعلاقات الأسرية على شاشة الرادار العام.

وقام نيكسون بدور خاص فى هذا التحول لأسباب أبعد من ووترجيت. فقد أتقن معاونوه تكنيكات لرسم الصورة الرئاسية. وعندما أدرك ذلك الصحفيون ومعهم كثيرون من الجمهور، أصبحوا أكثر تشاؤمًا بشأن من فى السلطة. ويقول آدم جوبنك: «كان المخبر الصحفى يحقق مكانة بتناول العشاء مع مصادره. أما الآن فهو يحقق مكانته بأن يتعشى بها». وكما يقول ساباتو، فإن وسائل الإعلام تحولت

من «كلب مدلل» إلى «كلب حراسة» ومنه إلى «كلب حوش الخردة».

والانشغال بالشخصية فى السياسة له أساس أخلاقى قوى. فالصحافة ترى نفسها مضطرة لإعلام الجمهور بشأن السلوك الشخصى الذى يؤثر تأثيراً خطيراً على العمل العام. والقصص التى كشفت سلوك سناتور أوريجون روبرت باكوود مع الموظفات تعد نماذج لما تعتبره وسائل الإعلام (والجمهور) فى العادة خدمة عامة حقيقية.

إلا أن الأرض المرتفعة تأخذ فى الانهيال عندما تكون المادة تافهة والمعلومات خادعة أو مشوهة. وكثيراً ما يحدث هذا عندما يشعر الصحفيون بالضيق من نمط سلوكى ويبحثون عن نماذج لتعزيزه. مثال ذلك أن فورد «زنّان»، وكارتر «جبان»، وكويل «غبى».

وفى مناخ البوح بكل شىء الحالى، فإنه حتى ما تسمى بالصحافة الجادة، التى قد تفضل النأى بنفسها عن النزاع الذى لا يليق، تجد نفسها تُجر إليه جراً. وأول تقرير عن علاقة بيل كلينتون بجنيفر فلاورز ظهر فى صحيفة «ستار» Star، وكانت «ذا جلوب» The Globe، وهى صحيفة شعبية أخرى تقوم على الإثارة، أول من نقل حادث الاغتصاب المزعوم الذى تعرضت له امرأة على يد ويليام كنيدى سميث. وفى كلتا الحالتين كان صحفيو شبكة المؤسسة وجرائدها هم التالون فى النقل. وفى كتابه Strange Bedfellows: How Television and the Presidential Candidates Changed Presidential Politics [غرباء فى الفراش: كيف غير التلفزيون والمرشحون لمنصب الرئيس السياسة الرئاسية]، يسأل توم روزنشتيل مندوب «لوس أنجلوس تايمز»: «ماذا ينبغى أن تقوم به الصحافة فى الوقت الراهن... فى بيئة تتعرض فيها ثقافة بكاملها للتبلدة tabloidization؟»(١)

وكعلاج لأسوأ تجاوزات صحافة الهجوم، يقترح ساباتو ما يسميه «مبدأ النزاهة»، الذى قد يحظى بقبول الصحافة والساسة والجمهور. ويدعو هذا المبدأ فى المقام الأول إلى تقييد نقل السلوك الشخصى الذى لا يعتبر خطيراً أو ملزمًا بالقدر الذى يؤثر على واجبات المسئول العامة. ولابد أن تحرص الصحافة كذلك

---

(١) أى تتحول إلى صحف شعبية (تابلويد). (المترجم)

على عدم نقل أنشطة غير لائقة لأفراد أسرة أى مسئول، وخاصة الأطفال دون السن القانونية.

وإذا كنا قد وعينا دروس الماضى، فإن سياسات كهذه لن تسفر عن نتائج كبيرة. فغالبًا ما يعاقب الصحفيون أنفسهم على صحافة الزمرة، غير أن الاعتراف بالخطأ فى حد ذاته دليل على الالتزامات النابعة من الغرائز المتنافسة.

لماذا هم بهذا القدر من الإقدام ؟

الصحافة ليست مهنة المترددين. وسرعان ما يتعلم المخبرون الصحفيون أن عليهم أن يشقوا طريقهم إلى أول الحشد. ويتطلب هذا قدرًا من الثبات ومما يسميه أهل نيويورك Moxie ، وهى كلمة تعنى الشجاعة مع مسحة من العدوان. وينتهى الحال بالخجولين الذين يفتقرون إلى الإقدام إما على مكاتب الورديات الليلية أو تعلم استغلال خجلهم فى نزع سلاح المصادر غير الحذرة بالأسئلة القاسية.

وهذا الإقدام يتخذ أشكالاً مختلفة.

- يروى كورت فونيجوت فى كتاب Slaughterhouse-Five [السلخانة خمسة] تجربته كمخبر صحفى صغير فى شيكاغو يغطى وفاة بشعة لرجل سُحق فى حادث مصعد. فقد طلب منه أحد المحررين نقل الخبر لزوجة الرجل ومعرفة رد فعلها. ويمكن لأى صحفى تقريبًا أن يروى أى تجربة مشابهة.
- المقابلات يمكن أن تكون ودية، ولكن تظل هناك دائمًا الحاجة إلى بحث ما يرغب المصدر فى قوله. ويعد الصوت المزعج لسام دونالدصن مندوب «إيه بى سى» فى مؤتمرات البيت الأبيض الصحفية تطرفًا، ولكنه لا يخرج عن شخصية المهنة.
- عندما أطلقت النار على الرئيس كنيدى سنة ١٩٦٣، كان جاك بيل من «أسوشيتد بريس» وميريمان سميث من «يونايتد بريس إنترناشونال» داخل سيارة خلفه. اختطف ميريمان التليفون الوحيد الذى فى السيارة ولم يتركه حتى بعد أن سدد إليه جاك لكمة. وبثت «يونايتد بريس إنترناشونال» أول خبر فى العالم عن إطلاق النار. وفاز ميريمان بجائزة بوليتزر عن تغطيته للاغتيال.

وتساهم عناصر كثيرة فى هذا الإقدام. من بين هذه العناصر التعرض المتواتر للجانب المظلم من الحياة. وفى اليوم الذى تقاعد فيه دونالد سكينر، الذى عمل عشرين سنة مخبراً صحفياً، من صحيفة «ريجيستر» Register فى مقاطعة أورانج بولاية كاليفورنيا كتب يقول: «وجدت أن الصحافة صراع لا ينقطع مع قوى الجشع والشهوة والعنف والجهل، التى تظل لها اليد العليا.»

يضاف إلى ذلك القلق المزعج على الوفاء بالموعد النهائى اليومى والإحساس بالتفويض والنفوذ والاستقامة الذى يأتيه من حمل تصريح الصحافة، وهو بطاقة تحقيق الشخصية الصغيرة المغلفة المكتوب عليها Let me in. ويصف فرانك سيسنو من «كيبل نيوز نيتورك» موقف القوة الصناعية الذى يوجد مع هذا الخليط العنيد حين يقول: «كيف يجرؤون على ألا يكونون صرحاء؟ كيف يجرؤون على عدم رواية القصة بالكامل؟ ما الذى يحاولون إخفاءه؟ لماذا يخفونه؟ . . . اللعنة، سوف تحصل على الحقيقة!».

وقد زاد التلفزيون من إقدام الصحفيين. فعندما أحدث نيوت جنجريتش تحولاً فى مؤتمرات رئيس مجلس النواب الصحفية، التى جرى العرف أن تكون هادئة، بأن فتحها لكاميرات التلفزيون، أصبح صحفيو الكلمة المطبوعة أكثر عدوانية. ويشير آدم كلايمر مندوب «نيويورك تايمز» إلى أنه أملاً من الصحفيين فى أن يسبقوا الأخبار المسائية، كانوا يسألون أسئلة مواجهة كى يتلقوا إجابة جديرة بأن تكون خبراً إلى حد كبير. فكان رد فعل جنجريتش هو إلغاء اجتماعات وسائل الإعلام هذه والبحث عن فرص يكون له فيها قدر أكبر من السيطرة.

وربما كان الظهور على شاشة التلفزيون يرضى غرور الصحفى، ولكنه فى الوقت نفسه يجعل اندفاع الصحفى أكثر وضوحاً للجمهور. وأصبح الأمريكيون أقل انبهاراً بما يرونها غطرسة إعلامية ضخمة. وعندما تحدى دان راذر ريتشارد نيكسون فى مؤتمر صحفى بالبيت الأبيض فى أثناء فضيحة ووترجيت، انهالت الخطابات الغاضبة على «سى بى إس» تطالب بمعرفة كيف يجرؤ مخبر صحفى على التحدث مع رئيس الولايات المتحدة بهذا القدر من عدم الاحترام. ولأن معظم الصحفيين يحبون الاعتقاد بأنهم يمثلون مصالح الجماهير، فإن عدم التقدير هذا يمكن أن يكون مزعجاً. وهم مثلهم مثل رجال الشرطة الذين يكثر عليهم العمل،

غالبًا ما تتكون لديهم عقلية القطيع ويجدون أنفسهم يستمتعون وحسب بصحبة بعضهم البعض.

ومن حين لآخر يلتقى المرء بصحفيين يخالفون النمط المتعارف عليه. ويبدو أن جين روبرتس، المحرر الأسطورى من فيلادلفيا الذى أقنعوه سنة ١٩٩٤ بترك التدريس ليكون مدير تحرير «نيويورك تايمز»، نقيضًا للصحفى المتغطرس والعدوانى. فهو رقيق الكلام، ومتأمل ومُتَرَوٍ فى تفكيره، ويرتبك بشدة عندما يكون فى جمع ما. إلا أن هذه الصفات قد تكونُ مضللة. وقد استفاد روبرتس من صورته كشخص لا يدرى به أحد ينظر بطرف عينه من الصفوف الجانبية. وإن شاء أن يتجاهله الآخرون كان له ذلك، وإن أراد أن يثقوا فيه كان له ما أراد. وفى أثناء ذلك تمكن كثيراً من اقتناص قصص أفضل من تلك التى كان يحصل عليها أصحاب الصوت العالى والمتباهون الجالسون فى الصف الأمامى.(١)

كلام جانبى: عادات الصحافة الغريبة الأخرى

- **«ما هو شعورك...»** مع ظهور أخبار التلفزيون وتركيزها على المخبرين الصحفيين فى أثناء العمل، أصبح هذا المدخل مَعْلَمًا من معالم الصحافة التى تعوزها الحساسية. وهو عادة ما يسبق أى سؤال يوجه إلى مكلوم بخصوص وفاة شخص عزيز عليه. ومن المدهش أن المخبرين الصحفيين مازالوا يوجهون أسئلة من هذا القبيل (وإن لم يعد كثيرون يسألونه). فلما الإصرار على هذا السؤال؟ الإجابة باختصار هى **الاهتمامات الإنسانية**. وبسبب ما قد يبدو عليه الصحفيين من بغض وإثارة للأحزان، فهم مقتنعون بأن الجمهور يجد التعبير عن المشاعر المتطرفة، كالحزن والغضب، أخباراً تلفت الانتباه.
- **الهوس بالأسرار.** إذا كانت المعلومات سلطة، فالمعلومات السرية سلطة مضاعفة. وهذه السلطة المضاعفة لها جاذبيتها التى لا تقاوم بالنسبة لنوع

---

(١) بالإضافة إلى تحقيق روبرتس لكثير من المجد لقاء ما كتبه من قصص خبرية، فقد قاد «فيلادلفيا إكوايرر» Philadelphia Inquirer إلى سبع عشرة جائزة بوليتزر بصفته المحرر التنفيذى. ووصفه هاريسون سالزبورى بأنه «أفضل صحفى يعيش ويتنفس فى الولايات المتحدة، وربما العالم».

معين من الصحفيين. وقد يبدو تناقضًا للصحفيين أن يحتفظوا بالأسرار، بينما هم يقضون كل هذا الوقت فى فضح غيرهم ممن يفعلون ذلك. ولكن البعض ممن يجوبون أروقة السلطة بحثًا عن فريسة لديه دافع قوى لأن «يكون عليمًا بمعلومات سرية لا يعلمها سواه»، حتى يتوافر له قدر خاص به من المعلومات. وتصبح الصحافة من هذه الناحية قريبة من التجسس. والواقع أن الافتتان بالتجسس قد يبرر كل هذه الكتب التى كتبها الصحفيون عن خائن وكالة الاستخبارات الأمريكية CIA ألدريتش آميس (حيث ظهر أربعة منها سنة ١٩٩٥ وحدها).

- **هذه القصة كتبناها فى العام الماضى**. فى بيئة من الأحداث يسيطر عليها السعى وراء ما هو جديد، تكره الصحافة أن تكرر نفسها، ما لم تكن متعمدة الإبقاء على إحدى القصص الساخنة حية - مثل محاكمة أوجى سيمسون. ولكن عندما يتصل الأمر بزيارة مكررة لإحدى القصص، ولو كانت قصة لها تأثيرها على عدد كبير من الناس، فإن المحررين يترددون فى نشرها. وعلى سبيل المثال فإنه إذا بعث أحد المراسلين فى الخارج إلى الصفحة الأولى بما يفيد رغبته فى زيارة أوغندا لكتابة قصة عن الطريقة التى يسير بها برنامج هذه الدولة الأفريقية الإصلاحى، فإنه قد يتلقى هذا الرد: «انس هذا الأمر. فقد كتبنا عن أوغندا فى العام الماضى». فتحمل الجمهور للأخبار «البايتة» ليس بدرجة تحمل من يجمعونها.

لماذا يمنحون أنفسهم الجوائز؟

هذا هو أبرز خبر فى تلك النشرات الخاصة بحصاد العام المنصرم التى توزع بأعداد كبيرة على الأصدقاء فى فترة الكريسماس. فقد قالت النشرة إن المسكين جيم «أخطأ الكبيرة قيد شعرة». وجيم صحفى. ولكن «الكبيرة» بحاجة إلى تفسير.

ويعرف أحدث العاملين فى مجال الصحافة أن «الكبيرة» هى جائزة بوليتزر، أكثر اللاعبين قيمة فى الصحافة الأمريكية. والجوائز التى تحمل اسم جوزيف بوليتزر، وهو أحد صحفيى الإثارة الرواد فى أواخر القرن التاسع عشر، تُمنح سنويًا لعدد من الأعمال الصحفية النموذجية، من التحقيقات والتقارير الخارجية

إلى كتابة الافتتاحيات. وتهفو قلوب الناشرين إليها، ويقيس المحررون تفوقهم عليها، ويموت المخبرون الصحفيون فى سبيلها. وإذا عاشوا بحيث يتسلمون الجائزة بأنفسهم، فمن المؤكد أن تذكر فى نعيهم عندما يرحلون. ولكن ماذا يعنى هذا كله بالنسبة لقارئ الصحيفة؟

يسرع الكثيرون فى الأخوية الصحفية إلى القول بأن مثل هذا الاعتراف، وخاصة عندما يكون من أقران المرء، يمثل نبراسًا للامتياز، وتسليطًا للضوء على أعلى مستويات الخدمة العامة، وهدفًا للصغار من أبناء المهنة. ولكن هذا الكلام لا يوافق عليه كل فرد فى الأخوية. فهاهو هـ. ل. منْكن الصحفى والفنان يصف جوائز بوليتزر بأنها «حماقات تتكرر فى كل عام». إذ إنهَ يعتبرها غير ملائمة، ونوعًا من التباهى، ولا صلة لها بالصحافة.

ومن الناحية النظرية، فإن القصة الخبرية أو العمود الذى يستحق جائزة هو ذلك الذى يفيد القراء كذلك، بكشفه للفساد فى الأماكن رفيعة المستوى، أو تحذيره الجمهور من خطر صحى داهم، أو استكشاف المجهول، أو رفع الظلم. ولكن اعتراض منْكن يتصل بالدافع أكثر من المضمون. هل كانت تلك السلسلة طويلة النفس عن ثغرَات الضرائب التى ظهرت على الصفحة الأولى لمدة أسبوع مقصود بها فى المقام الأول القارئ أم هيئة تحكيم الجائزة؟ هل السبب وراء القيام بتحقيق كبير نوعًا من أجل الخدمة العامة أم إرضاء للغرور الشخصى؟

ولا يقتصر منح الجوائز على بوليتزر. فهناك أكثر من خمسمائة جائزة يعلن عنها سنويًا على المستوى القومى وتقدم سنويًا للصحفيين الأمريكيين والهيئات الإخبارية الأمريكية. وتكافئ الجوائز الامتياز فى تغطية كل موضوع يمكن تصوره؛ البيئة والصحة والتعليم والمال والأعمال والزراعة، وتلك الموضوعات المحددة مثل بيع الملابس بالقطاعى أو الرياضات النسائية. وهناك جوائز للشجاعة، والأخلاق، والحماس، وكتابة التحقيق الصغير، والإخراج الصحفى، والتصوير. وهناك جائزة لتغطية أخبار الأطباق الطائرة ولـ«تقديم الحقيقة التوراتية بطريقة دقيقة مثيرة للتفكير». ولا يمكن أن نتجاهل المسابقة الأمريكية للصحافة الجنائية، وجوائز الكولونيل ويليام و. لوكادو للتصوير الصحفى، ومسابقة جوائز الصحف غير التابعة لهيرست.

وتـلك جـوائز قومـيـة وحـسـب . ولكن كل ولاية لهـا مـجـمـوعة الجـوائز الخـاصـة بهـا ، وغـالبًـا مـا يرعـاهـا اتحـاد الصـحـافـة المحـلى أو كليـة الصـحـافـة ، وكــذلك أطراف أخـرى ذات اهتـمـام . و«الأطراف الأخـرى» ، على المسـتـويين المحلى والقومى ، قد توصف كذلك بأنها «مصالح خاصة» ، كالبنوك وشركات التأمين والاتحادات الطبية وغيرها من المؤسسات التى يفترض أن الصحفيين يغطون أخبارها بموضوعية تامة .

ولكن هل يمكن للصحفيين أن يكونوا محايدين إن هم قبلوا جوائز من صناع الأخبار هؤلاء؟ لقد أخرج جين روبرتس ، باعتباره محرراً لـ«فيلادلفيا إنكوايرر» ، مخبريه الصحفيين من مسابقة الصحافة الاقتصادية ذائعة الصيت التى تنظمها مدرسة آموس تاك بكلية دارتماوث . ورغم بقاء كلية التجارة هذه كمشارك فى برنامج الجوائز ، فقد تغير اسم الجائزة إلى جوائز تشامبيون للفهم الاقتصادى . والاسم مأخوذ من شركة تشامبيون لمنتجات الورق . وقال روبرتس : «ما يهمنى هو ما أرى أنه بداية اتجاه لاستخدام الجوائز للترويج لأسماء الشركات » .

وعادة ما تبدأ الهيئات الإخبارية نفسها عملية الجوائز بإرسال طلب إلى الراعى ، وهو ما يتضمن فى الغالب رسم اشتراك . والصحف الكبرى ، مثل «ميامى هيرالد» Miami Herald و«لوس أنجلوس تايمز» ، لديها عاملون لا يقومون بشىء سوى تجميع العروض الجذابة . وفى الصحف الصغيرة ، تُستأجر شركات العلاقات العامة فى بعض الأحيان لتجميع الاشتراكات . ويقول ريتشارد كوبر نائب رئيس مكتب «لوس أنجلوس تايمز» فى واشنطن : «إذا شاركت يومًا فى إحدى لجان تحكيم المسابقات تلك ، مع وجود مئات الصفحات التى لابد أن تتصفحها ، فإنه يكون هناك فرق كبير ، إذا كانت المادة خالية من الأخطاء وأسلوبها جذاب » .

ومن أسباب الرغبة القوية فى الفوز بجائزة بوليتزر هو أن من يمنحها هم أهم المحررين فى الولايات المتحدة ، الذين يجلسون فى مجلس يعقد فى جامعة كولومبيا . واعتراف الأقران لا يلقى تقدير أبناء المهنة وحسب ، بل إنه من الناحية النظرية يتحاشى المشكلة التى يخلقها الرعاة من خارجها . ومن الناحية العملية ينشأ صراع آخر ، عندما تُمنح جوائز عديدة للصحف التى يشارك محرروها فى لجنة اختيار الأعمال الفائزة .

وكون أقران المرء هم الذين يحكمون عليه يعد مقياسًا للامتياز بالنسبة لأية صحيفة. ولكن هل يجعل ذلك الصحيفة تركز على أهم جمهور، وهو قارئ المدينة التى تصدر فيها؟ حسبما يراه ريتش أوبل رئيس مكتب صحف «نايت ريدر» فى واشنطن، فإن المسابقات تجبر الصحف على «الشروع فى التفكير فى الطريقة التى يمكن أن يرى بها محرر فى دى موان عملنا».

وسوف يظل الجدل دائرًا حول إذا ما كان ضرر انتشار جوائز الصحافة أكثر من نفعه. وبإمكاننا القول بأن الجوائز تحفز الصحفيين على التفوق. وحتى من هم متشائمون بشأن الجوائز لا يتوقعون اختفاء مثل هذه التكريم. وعلى أية حال، فإنه رغم أن منكِن لم يكن يوافق عليها، فإن جائزتين على الأقل تمنحان سنويًا باسمه.

لماذا يرغبون فى رؤية أسمائهم مطبوعة؟

يعالج المخبرون الصحفيون القصص الخبرية ولديهم خلفيات وشخصيات وأحكام مسبقة وطموحات معينة. وعندما يوضع اسم الكاتب على مقال ما، فإن الصحيفة تعترف بالطبيعة الشخصية للصحافة. إنها تقول: هذه ليست مؤسسة موحدة، بل انعكاس لتنوعنا.

وليس هذا بطبيعة الحال السبب الوحيد لكتابة الأسماء. فهو كذلك نظام رخيص للمكافأة. كما أنه يسمح للإدارة بأن تربى فى نفس المخبر الصحفى إحساسًا أكبر بالمسئولية. وعلى أية حال، فإنه إذا كانت القصة الخبرية بها خطأ ما، فالكل يعلم على من يقع اللوم. (١)

وقد بشر العم سام بتقليد التوقيعات الحديث. فى أثناء الحرب الأهلية، أصرت وزارة الحربية فى الاتحاد على أن يوقع المخبرون الصحفيون أو يكتبوا الحروف

---

(١) يقول المؤرخ الإعلامى مايكل إيمرى إن رفع الضغط عن الصحف أثر يتصل بالتوقيعات «غير أنه ليس بالضرورة أحد الدوافع». وهو يشير إلى حالة رسام الكاريكاتير السياسى فى «لوس أنجلوس تايمز» بول كونراد. فقد أغضبت أعماله الجالية اليهودية المحلية غضبًا شديدًا فى أثناء الانتفاضة الفلسطينية فى أوائل التسعينيات وهو يقول إنهم «ألقوا بالقمامة فى حديقة كونراد، وليس على لوس أنجلوس تايمز».

الأولى من أسمائهم على برقياتهم، حتى يمكن محاسبتهم على دقة قصصهم وتأثيرها. وحيث إن الجمهور كان يتابع أخبار الحرب بشغف شديد، فقد تعلمت الصحف قيمة وجود أسماء كتَّابها المفضلين، وخاصة عندما كانوا يكتبون روايات عن الأعمال البطولية التى قاموا بها في أثناء بحثهم عن القصة.

إلا أنه حتى منتصف القرن العشرين ظل معظم الكتَّاب جنوداً فى فيلق مجهول. فقد كان رأى المتشددين هو أنه لا يفترض أن يعرف القراء من كتب القصة ويهتم به. فالخبر نفسه هو المهم.

وإلى جانب أن المخبرين فى تلك الفترة لم يكن معترفًا بهم، فإنهم لم يكونوا يحصلون على أجور جيدة جداً كذلك. وكان تعويضهم الأساسى هو نشوة «الكتابة فى الصحف» والأشياء العينية التى تأتى مع الوظيفة. فكثيراً ما كانوا يحصلون على وجبات طعام ومشروبات ومواصلات وتذاكر إلى مباريات الكرة بالمجان. وكانوا يقومون بأشياء إبداعية على حساب الشركة. إلا أن الأرباح المرتفعة والنزعة الاتحادية فى الخمسينيات ساعدت على رفع الصحفيين إلى وضع الطبقة الوسطى، وهو ما اقتضى بالتالى المزيد من السلوك الاحترافى. ولهذا السبب، إلى جانب إدراك أن التوقيعات كانت طريقة غير مكلفة للحفاظ على معنويات العاملين الطموحين الذين يتسمون بنزعة فردية إلى حد كبير، أخذ أصحاب الصحف يزيلون شيئًا فشيئًا حجاب إغفال التوقيع. ولم يكن هناك ضرر من أن تبدو الصحيفة أقل موضوعية بعض الشيء.

وتعد «تايمز بيكايون» Times-Picayune فى نيو أورليانز نموذجًا للتحول نحو مزيد من توقيعات الكتَّاب. ففى تاريخ تم اختياره عشوائيًا ـ وهو الجمعة ٨ إبريل ١٩٢٠ ـ نشرت أربع عشرة قصة خبرية على الصفحة الأولى، دون أن يحمل أى منها توقيعًا. وفى ٧ إبريل ١٩٩٥، وهو يوم جمعة كذلك، نشرت خمس قصص خبرية على الصفحة الأولى جميعها تحمل توقيعات.

وأبدت المجلات الإخبارية مقاومة أكبر لشخصنة الصحافة. فلم تظهر التوقيعات فيها على القصص الرئيسية إلا سنة ١٩٧٥ فى «نيوزويك» وسنة ١٩٨٠ فى «تايم». وكانت القوة المؤثرة وراء كتابة أسماء المخبرين الصحفيين هى

التلفزيون. فالتلفزيون يشجع الشخصيات على الظهور، ومنها شخصيات المخبرين الصحفيين. فهم لا ينهون تقاريرهم على الهواء بأسمائهم وحسب، ولكن المشاهدين يسمعون أصواتهم ويرون وجوههم. (كما أن التلفزيون حول المخبرين الصحفيين في الصحافة المطبوعة إلى من جرى العرف على تسميتهم بـ«الصحفيين المشاهير». وهاهم ديفيد برودر وجورج ويل وإليانور كليفت يعرفهم الناس أكثر من العديد ممن يغطون أخبارهم[1].

ويكاد ذكر الاسم يكون قاعدة في الوقت الراهن، لدرجة أن التوقيعات تُعَدُّ حقًا من حقوق المخبر الصحفي، حتى في حالة القصص الصغرى. وإذا كانت صحيفة أحد المجتمعات المحلية لديها عدد قليل فقط من المخبرين الصحفيين، فليس من غير المعتاد رؤية التوقيع نفسه على ثلاث أو أربع قصص، تكون في بعض الأحيان على نفس الصفحة.

ويقول محرر صحيفة أسبوعية في فيرجينيا وهو يهز رأسه: «لقد صرنا أسرى للنظام».

ويقول توماس وينشب المحرر السابق في «بوسطن جلوب» Boston Globe: «منذ خمس وعشرين سنة كان عليك أن تكدح ليوضع توقيعك. أما الآن فالمخبرون الصحفيون يضعون أسماءهم على القصة الخبرية دون سؤال».

* * *

(١) الواقع أن أكبر شخصيات التلفزيون نادرًا ما تجمع الأخبار أو تكتبها. فهذا العمل يقوم به صحفيون وراء الكواليس ليس لهم أي ذكر. بل إن دان راذر من شبكة سي بي إس لم يكتب حتى كتابي سيرته الذاتية The Camera Never Blinks و the Camera Never Blinks Twice، حيث استخدم لذلك كاتبًا آخر.

الفصل السابع

الجمهـور والصحافة

لماذا يكره المراقب أن يراقبه أحد ؟

يزهو الصحفيون بدورهم كمراقبين يتولون حراسة المصلحة العامة . غير أنه ما إن يحين الوقت للتفكير فى الطريقة التى ينبغى بها أن يخضعوا هم أنفسهم للمراقبة حتى ترتفع أصواتهم بالمعارضة . وفى منتدى عقد بجامعة كولومبيا سنة ١٩٩٢ ، لخص الصحفى التلفزيونى جاريك أتلى الرأى الصحفى التقليدى بقوله : «إن شأن كل إنسان هو من صميم عمل الصحفى ، أما عمل الصحفى فليس لأحد شأن به» .

ويثور الصحفيون غضبًا كلما اتضح أن أحدًا يطوقهم . فهم يرغبون فى معرفة من أين يكسب البرلمانيون الأتعاب لقاء ما يقولونه فى الجلسات ومقدار ما يكسبونه . ولكنهم لا يريدون أن يطلع أحد على أحوالهم المالية ، حتى وإن أظهر دخلهم الخارجى صلاتهم بمصالح خاصة . فعندما خاض جون هاروود من «وول ستريت جورنال» الانتخابات للحصول على مقعد فى اللجنة الدائمة للمراسلين ، التى تسيطر على أروقة الصحافة فى الكونجرس ، أهاب بالصحفيين الذين ينشدون ثقة الجمهور أن يعلنوا عن دخولهم الخارجية . وطبعًا خسر . وبعد وقت قصير سنة ١٩٩٥ اقترح سناتور ويست فيرجينيا روبرت بيرد تشريعًا يطالب بالشىء نفسه . ووصف رئيس جمعية الصحفيين المحترفين ذلك الاقتراح بأنه «عدوانى ومهين» .

قد يكون اقتراح السناتور بيرد ، المساوى لترخيص وسائل الإعلام ، غير دستورى . إلا أنه يترك مسألة شائكة مفتوحة للمناقشة ، وهى «من يحرس الحراس؟» .

ولنفكر فى صعوبات إنشاء أجهزة مستقلة لمراجعة شكاوى الجمهور بشأن التغطية الإخبارية. وكانت فكرة مجالس الأخبار قد طفت على السطح منذ الثلاثينيات، ولكنها لم تنته إلى شىء. وفى سنة ١٩٤٧ عاد الاقتراح من جديد فى تقرير حظى بدعاية كبيرة للجنة حرية الصحافة التى أنشأها ناشر «تايم» هنرى لوس. وكان على رأس المجموعة رئيس جامعة شيكاغو روبرت هتشنز، وكانت تضم الشاعر أرشيبولد ماكليش وعالم اللاهوت راينهولد نيبور ـ ولم تضم أى صحفيين. وعندما استشعر لوس الطريقة التى سوف ترى بها وسائل الإعلام النقد المنظم، رفض النتائج التى توصلت إليها اللجنة، ساخرًا منها بقوله إنها «تفتقر بشدة حتى إلى منطق المدارس الثانوية». وفى ظل آراء مشابهة عبَّر عنها قادة إعلاميون آخرون، لم تحقق فكرة المجلس أى تقدم حتى أواخر الستينيات، عندما اختبرت على المستوى المحلى. فلم ينشأ مجلس الأخبار القومى حتى سنة ١٩٧٣، وكان يضم ثمانية صحفيين وعشرة أعضاء من الجمهور.

ولم تحرز أى من هذه الجهود نجاحًا. فقد أغلق المجلس القومى للأخبار سنة ١٩٨٤، بعد أن أعاقه نقص الدعم من وسائل الإعلام. وما زال الجهد المحلى الملحوظ، وهو مجلس أخبار مينيسوتا، يواصل كفاحه.

ومن بين شكاو بلغ عددها ١٢٥٣ وجهت لمجلس الأخبار القومى، لم يتخذ إجراء إلا بشأن ١٩٩ ورفض ٨٢٧ دون جلسات استماع رسمية، واتخذ قرارًا تامًا بشأن ٢٢٧، وهذه بعض القضايا النمطية، كما توصف فى المجلس:

ـ «هل كان مقال فى مجلة نيويورك هجومًا لا أساس له على خدمات رعاية الطفولة التطوعية وحالة رعاية الأحداث؟»

ـ «فى سنة ١٩٧٢ تعرضت إحدى شركات منتجات الأخشاب الكبرى فى البلاد لانتكاسة مالية. فهل كانت القصة الخبرية التى نشرتها وكالة «يونايتد بريس إنترناشونال» توحى بصورة مضللة أن الشركة كانت تهيل التراب على ماضيها؟»

ـ «هل كانت القصة الخبرية المنشورة فى «كواد سيتى تايمز» عن متهم بالقتل

عمره خمس عشرة سنة تستهدف المصلحة العامة، أم أنها أضرت بحق الصبى فى محاكمة عادلة؟»

ـ «عندما اقتُرح ترشيح رئيسة سابقة لاتحاد القضاة فى مقاطعة أليجانى لمنصب قضائى فيدرالى، أذاعت محطة تلفزيون بيتسبرج تقريراً عن صلاتها بمجال البزنس يشكك فى نزاهتها لتولى المنصب. فهل كان ذلك التقرير نزيهاً؟»

فى كل حالة من هذه الحالات أصدر مجلس الأخبار القومى تقريراً يتضمن السؤال، ويقدم خلفية، ويعلن حكمه بأخذ أصوات كل أعضاء المجلس. وكانت الآراء المخالفة تذكر كذلك. وكان التزام الصحيفة بالحكم اختيارياً. إذ يمكنها نشر النتائج التى توصلت إليها اللجنة أو نشر تصحيح إذا كانت مخطئة، أو تجاهل التقرير بالمرة. غير أنه لم تكن هناك غرامات أو غيرها من العقوبات التى تفرض على الصحفيين المخطئين أو على صحفهم أو مجلاتهم أو محطات الإذاعة التى يعملون بها.

وتوقعت مجموعة عمل القرن العشرين، وكان محقة فى توقعها، أن «المحررين والناشرين قد يخشون من إثارة أى مجلس إعلامى لعداء الجمهور. بل أكد البعض أنه قد يحجر على حرياتهم بدلاً من الحفاظ عليها». وقال الصحفيون إن مجالس الأخبار يمكن أن تفتح الباب أمام قيود أشد، وربما استُخدمت هذه القيود فى قرارات المحاكم ضد الصحف.

وقد تمنح المراجعة غير الرسمية التى يقوم بها عنصر خارجى الجمهور الثقة فى أن الصحفيين ليسوا قوة لا ضابط لها. ويمكن لمجالس الأخبار النشطة الحد من عدد القضايا المتصلة بالأخبار التى تنظرها المحاكم، ويمكن لأية مراقبة غير رسمية بسيطة أن تكفيهم شر ما يخشونه بشدة، وهو الإشراف الحكومى. ومع ذلك فإن غالبية الصحف والاتحاد المهنى والصحافة مازالت تتحاشى الفكرة. وعندما اقترحت «لويزفيل كورير جورنال» Louisville Courier-Journal إنشاء مجلس أخبار للولاية يموله المجلس التشريعى ويديره قسم الصحافة بجامعة كنتاكى، انضمت معظم صحف الولاية واتحاد صحافة كنتاكى إلى بعضها فى المعارضة. وبعد أن أبدى مجلس كنتاكى اهتماماً فى بادئ الأمر بالاقتراح، صوت برفضه فى مارس ١٩٩٤.

وكان المنهج الأكثر تقيداً للحد من تجاوزات الصحف، ومنح الجمهور وسيلة يعبر بها عن معارضته ـ هي استخدام محققى الشكاوى. ويقوم محققو الشكاوى بدور النقاد الداخليين ونقاط الاتصال بين الصحف ومن يشعرون بأنهم عوملوا بطريقة غير لائقة. وكان الإسكندنافيون هم رواد هذا المفهوم فى أوائل القرن التاسع عشر، كطريقة لمراقبة البيروقراطية الحكومية ومعالجة شكاوى المواطنين. وحظى تطبيق المفهوم نفسه على الصحف باهتمام كبير سنة ١٩٦٧ ظهر فى مقالات كتبها ناقد الصحافة بن باجديكيان فى «إسكواير»، ومحرر «نيويورك تايمز» أ. هـ. راسكين فى صحيفته. ولم تنشئ «نيويورك تايمز» «قسم النقد الداخلى» كما اقترح راسكين، ولكن «لويزفيل كوريير جورنال» التقطت الفكرة وأصبحت أول من يجربها سنة ١٩٦٤. وكان محقق الشكاوى فيها يكتب تقييماً يومياً للمحررين ويعالج شكاوى القراء. ولم يمض وقت طويل حتى استحدثت «واشنطن بوست» منصب محقق الشكاوى، حيث أضافت إلى واجباته كتابة عمود فى صفحة الرأى. وفى سنة ١٩٩٥ اجتمعت منظمة محققى شكاوى الأخبار فى قاعة اجتماعات متواضعة. فقد أصبحت تضم اثنين وأربعين عضواً. وما تزال ٩٧ بالمائة من الصحف الأمريكية والكندية سعيدة بخلوها من هذا المنصب.

ويمثل محققو الشكاوى حلقة اتصال الجمهور بالصحيفة. ولكن المشكلة هى أن الصحف تعين محققى الشكاوى وتدفع لهم رواتبهم، وهو موقف غريب حتى بالنسبة لأكثر الناس واقعية. ويقول ريتشارد هاروود عن المرتين اللتين عُيِّن فيهما محققاً للشكاوى فى «واشنطن بوست»: «إنهم لم يخرجوا «واشنطن بوست» منى قط، وأظن أن هذا هو حال معظم محققى الشكاوى، الذين عينوا فى الوظيفة بعد سنوات من التعاون مع المؤسسات التى ينتظر منهم الآن أن يصبحوا محايدين معها ومجردين من المصالح... فالمحررون والمخبرون الصحفيون أصدقاء قدامى. والناشرون كانوا يعطوننا رواتبنا». ولم يشعر باجديكيان ثانى محققى الشكاوى فى «واشنطن بوست» بالندم على إغضاب رؤسائه. وكان من بين ما كتبه أن «السود يمكنهم استعمال المقاطعة كوسيلة لإجبار الصحف على تغطية المجتمعات السوداء». وقد فُصل بعد أحد عشر شهراً.

ويقول صحفيون كثيرون إن الصحافة ليس من شأنها أن تغطى أخبار نفسها. فهى ببساطة لا يمكنها أن تكون موضوعية. كما أن وسائل الإعلام ليست بحال من الأحوال مصلحة عامة. بل بلغ الأمر ببعض الصحفيين حد الاعتراض على مجلات مراجعة الصحافة، وأبرز اثنتين هما «أميركان جورناليزم ريفيو» American Journalism Review. و«كولومبيا جورناليزم ريفيو» Columbia Journalism Review. ومع أن هذا رأى قوى لا يشارك فيه عدد كبير، فإن مجلات مراجعة الصحافة تكافح من أجل البقاء، ونادراً ما يقرؤها الجمهور العام.

وفى محاولة لتعزيز المصداقية المتدنية لدى الجمهور، نجد أن الصحف لديها قدر أكبر من الاستعداد لنشر التصويبات، ونشر أقسام رسائل إلى المحرر بتوسع، وتكليف مخبرين صحفيين بعمل قصص خبرية عن صناعة الأخبار. وفى كثير من الأحيان تضع الصحف المواطنين فى مجالس التحرير، وتنظم مجموعات بحث لجمع أفكارهم بشأن ما ينبغى تغطيته.

ووضعت العديد من الهيئات المستقلة إجراءات مراجعة خاصة بها. ويبحث كل من مركزى «الدقة فى وسائل الإعلام» Accuracy in Media و«مركز أبحاث وسائل الإعلام» Media Research Center عن الاتجاه الليبرالى فى وسائل الإعلام. أما مركز «النزاهة والدقة فى نقل الأخبار» Fairness & Accuracy in Reporting فيبحث عن سيطرة الشركات والمحافظين على الأخبار. وطبقًا لما جاء فى «أميركان جورناليزم ريفيو»، يزعم «معهد تحليل وسائل الإعلام» ذا الاتجاه اليسارى أنه يقوم بمهمة مقاومة النقل المضلل للأخبار، وخاصة فى «نيويورك تايمز». و من بين المراقبين الآخرين «المنظمة القومية لمشروع المرأة الإعلامى» ومنظمة «المدافعون الإعلاميون عن الشواذ والشاذات» اللتان تراقبان تغطية أخبار المرأة والشواذ.

وهذه الجماعات تلقى الضوء على العيوب الصحفية. ولكنها لا تشجع الصحفيين كثيراً على الترحيب بنقد جهات خارجية من قبيل مجالس الأخبار. وهى بدلاً من ذلك تثير الهم القديم، وهو أن حراس الحراس لو منحوا نصف فرصة سوف يسيرون وراء انحيازهم، وبالتالى يقيدون مراقب الجمهور.

القذف من الناحية الفنية هو نشر معلومات كاذبة تضر بسمعة إنسان ما . أما الصحفيون فيعرِّفونه بأنه طريقة سريعة لإنفاق الكثير من المال ، والقضاء على سمعتهم ، ووضع القيود على النقل الشجاع للأخبار .

ولم يصمم الدستور ولا بنية القوانين الفوقية التى أقيمت عليه بحيث يحد من النقل الجرىء للأخبار . فالصحفيون لهم الحق فى نقل ما هو خطأ ، بل والسخرية منه ، وخاصة إذا كان موضوع الخبر شخصية عامة . ولضمان أن تكون لدى الصحفيين الجرأة على تعقب القصص الخبرية ، يسمح القانون لهم بألا يكونوا دقيقين .

ومع ذلك فليس كل شىء صحيحًا . كما أن الأرضية القانونية تتغير باستمرار فيما يتصل بالقذف . بل إن الصحفيين يعون بقوة أنهم يواجهون خطر القضايا التى تكلفهم المال الكثير وتستنفد وقتهم ، حتى ولو توخوا الحرص الشديد فيما يكتبونه .[1]

ولنبدأ بتغيير الحماية القانونية الخاصة بالتعليق على المسئولين العموم . وكانت الحقيقة زمنًا طويلاً دفاعًا ضد اتهام أى صحفى بالقذف . ولكن ماذا يحدث لو أن صحفيًا نقل بطريق الخطأ معلومات فيها قذف وتشهير وكانت غير حقيقية؟ حتى سنة ١٩٦٤ كان الصحفيون يعملون فى ظل قوانين القذف التى كانت تختلف من ولاية لأخرى . وفى ذلك العام ، وفى قضية تاريخية (شركة نيويورك تايمز ضد سوليفان) ، حكمت المحكمة العليا الأمريكية بأن الدستور قد غطى موضوع القذف . وبناء على هذا الحكم ، لم يكن بإمكان المسئولين الرسميين الحصول على تعويض عن التشهير المتعلق بسلوكهم ، ما لم يكن الصحفيون قد نشروا تصريحات غير صحيحة وهم على علم بذلك ، أو ما لم تكن التصريحات غير الصحيحة قد نُشرت نتيجة لتجاهل للحقيقة مرجعه الإهمال . ومثل هذا الإهمال المتعمد يصعب إثباته ،

---

(١) طبقًا لتقرير اتحاد الصحافة الأمريكى بعنوان Facts About Newspapers لسنة ١٩٩٤ فإن «متوسط أحكام القذف والتشهير زاد من ٥٠٠ ألف دولار سنة ١٩٨٧ـ١٩٨٨ إلى ٤ ملايين سنة ١٩٨٩ـ١٩٩٠ و٨ ملايين سنة ١٩٩٠ـ١٩٩١ ثم هبط إلى مليون واحد سنة ١٩٩٢ـ١٩٩٣».

لأنه من الصعب معرفة ما فى عقل المخبر الصحفى عند كتابة القصة الخبرية . ورأت المحكمة العليا أنه من المناسب منح الصحفيين ميزة الشك، لمصلحة ضمان النقاش الحيوى بشأن القضايا السياسية، وهى المصلحة التى حرص عليها مؤسسو الأمة.

وتطورت الحماية الدستورية التى تضمنها حكم ١٩٦٤ بطرق تساعد الصحفيين وتعوقهم فى آن واحد. فبعد ثلاث سنوات وسّعت المحكمة العليا الدفاع ضد القذف بتضمين تعليق ليس فقط على المسئولين العموم، بل كذلك على الشخصيات العامة. أى ليس المسئولون المنتخبون والمعينون وإنما كذلك المشاهير وغيرهم ممن يحققون مكاسبهم تحت بصر الجمهور. ومع ذلك فإن المحكمة ضيقت فيما بعد تعريف الشخصية العامة. ففى إحدى قضايا القذف، حكمت محكمة أقل درجة بأن العالم الذى يسعى للحصول على أموال عامة من أجل الأبحاث ويحصل عليها، ينبغى معاملته على أنه شخصية عامة.

وللشخصيات الخاصة قدر من الحماية يزيد عما تتمتع به الشخصيات العامة. وكما سيأتى فى الفصل التالى، فإن حياتهم الشخصية هى هكذا، حياة شخصية وحسب. فعندما يتحدث صاحب متجر حدايد فى اجتماع بالمدينة عن جمع القمامة، يصبح شخصية عامة فى هذا السياق وحسب. وعند رفع قضية قذف وتشهير بشأن أمور تتصل بحياته الخاصة، عليه فقط إثبات الإهمال من جانب المخبر الصحفى، وليس تعمده، كى يحصل على تعويض.

وقد يردد الصحفيون فى بعض الظروف تصريحات تنم عن القذف قالها آخرون. وربما يقتطفون تصريحات تشهيرية قيلت فى المحاكم أو اجتماعات رسمية، مثل الجلسات البرلمانية على مستوى الولايات أو المستوى القومى. وفى مثل هذه السياقات يكون لدى المتحدثين «ميزة مطلقة»، وهو ما يعنى أنه لا يمكن استخدامهم للتشهير. والصحفيون بدورهم لديهم «ميزة ظرفية»، وهو ما يعنى أن بإمكانهم اقتباس التصريحات التشهيرية ما دامت هذه الاقتباسات دقيقة والتقرير واف ونزيه. أما إذا ذكر أحد أعضاء البرلمان شيئًا فيه تشهير بشأن مواطن خاص فى حفل غداء أقيم فى نادى الروتارى، وليس تحت قبة مجلس النواب، فالموقف حينئذ يكون مختلفًا. إذ يقع النائب فى هذه الحالة فى مشكلة كبيرة ومعه الصحيفة التى

تنشر القذف . وإذا كان المدعى شخصًا عامًا، ففى هذه الحالة يظل عليه إثبات التعمد الفعلى لكى تصدر المحكمة حكمًا لصالحه .

وليست المعلومات التى لا يمكن توجيه الاتهام إليها هى القاعدة الخاصة بنقل أخبار الجرائم . ورغم ذلك فإنه لابد على الصحافة حتى فى مثل هذه الحالة أن تكون حريصة على ألا تقع فى فخ القذف . فالناس يلقى القبض عليهم بسبب سرقة مزعومة، ولابد أن تكون الصحافة حريصة على تعريف المتهمين بدقة . فإذا أحضر شخص لكى تسأله الشرطة عن أمر ما وليس لأنه متهم، فلابد من الإشارة إلى ذلك بوضوح . ذلك أن المحكمة هى التى تقرر من هو المذنب ومن البرىء . والصحفيون بطبيعة الحال هم من ينقلون الأحكام .

وإلى جانب قلق التعديل الأول بشأن القذف، نُظرت قضايا أكبر وأكثر جرأة . ففى بعض القضايا بلغت الأحكام ملايين الدولارات، وإن كانت هذه الأحكام عادة ما تلغى أو تخفض تخفيضًا حادًا عند نظر الاستئناف . (وعلى سبيل المثال، أظهرت إحدى الدراسات أن ٧ بالمائة فقط من الشخصيات العامة التى ترفع دعاوى قذف هى التى تكسب القضايا بالفعل) . ولكن الثمن الذى تدفعه الصحيفة يكون باهظًا، حتى وإن كسبت القضية . فمتوسط تسعيرة الدفاع فى قضايا القذف فى الوقت الراهن ١٥٠ ألف دولار . والعجيب أن تكاليف التأمين ضد القذف المتصاعدة تفوق ميزانيات الصحف الصغيرة . ويشكو الصحفيون من أنه حتى عندما تكون لدى الصحيفة قصة خبرية مدعمة تمامًا بالوثائق، قد يتردد المحررون فى نشرها خوفًا من قضايا القذف باهظة التكاليف . ولهذا ما أسمته الصحافة «أثر مُبَرِّد» على صحافة التحقيقات التى تتم من أجل المصلحة العامة .

واقترح الباحثون القانونيون مؤخرًا أشكالاً جديدة من العلاج للتعامل مع القذف . وشمل ذلك نشر المزيد من التصويبات فى الصحيفة، والحد من قيمة التعويضات المالية، ومطالبة الطرف الخاسر بدفع كل مصاريف القضية . وعلق باحث القذف فلويد إبرامز على ذلك قائلاً: «إن قانون القذف والتشهير الأمريكى قادر على تحقيق أسوأ العالمين . فهو يفعل القليل من أجل حماية السمعة . بينما يفعل الكثير من أجل الحد من حرية الكلام » .

تحدثنا من قبل عن: كيف أنه لابد للصحفيين أن يتسموا بالإقدام كى يؤدوا عملهم، ولكننا لم نتحدث عما ينطوى عليه غزو خصوصية الناس من تحليل لدوافعهم ومعتقداتهم ومواقفهم. وهاهى كاتبة العمود آنا كويندلن تشعر بالأسى لإعلان وسائل الإعلام عن إصابة لاعب التنس آرثر آش بالإيدز بقولها: «إنى أشعر وكأنى واحدة من شخصيات الرسوم المتحركة التى على إحدى كتفيها ملاك صغير وعلى الأخرى شيطان صغير. والمخبر الصحفى ـ الذى يقول بعض الناس إنه هو من يمسك بالمذراة[1] ـ يقول شيئًا والإنسان يقول شيئًا آخر».

وفى كل يوم تصطدم الرغبة فى نشر الأخبار اصطدامًا مباشراً بما للناس من «حق فى أن يكونوا فى حالهم»، كما وصف قاضى المحكمة العليا لويس د. برانديز وس. د. وارين فى مقال نشر سنة ١٨٩٠ فى مجلة Harvard Law Review. فالمشكلة لا تصبح أيسر فى غيبة إشارات المرور.

ونشرت المحكمة العليا آراء واضحة، وإن كانت لا تزال تتطور، بشأن قضايا كالقذف والتشهير. ولكنها لم تصبح بعد بهذا القدر من التحديد بشأن الخصوصية. ولم تكن فكرة الخصوصية كمفهوم قانونى قد ظهرت حتى مقال براندينر ـ وارين، حيث أخذت تتضح بعد ذلك ببطء. وفى الوقت الراهن تشمل قوانين الخصوصية التغطية الصحفية لقضايا مثل اقتحام عزلة المرء (حيث يدخل المخبرون الصحفيون بيتك دون دعوة منك، أو يستخدمون عدسات التصوير المقربة كى يصوروك وأنت مستلق بجوار حمام السباحة الخاص بك وأنت لا تلقى بالاً لشىء)، وينشرون حقائق خاصة محرجة، قد تكون شديدة الإيذاء لأى شخص عاقل ولا تهم الجمهور بصورة مشروعة (حيث يكشف المخبرون الصحفيون تفاصيل تتعلق بضريبة دخلك لتوضيح أثر السياسات الضريبية الجديدة على المواطن العادى)، أو وضع شخص ما فى ضوء زائف (مثل صورة عملية سلب ونهب التقطت فى أثناء أعمال الشغب تبين امرأة تحمل جهاز تلفزيون دفعت ثمنه بالفعل). ولكن القوانين

---

(١) تقصد الشيطان فى صورته التقليدية فى الثقافة الغربية بقرنيه وذيله حيث يمسك فى يده بمذراة ذات ثلاث شعب. (المترجم).

تتباين تباينًا كبيراً من ولاية لأخرى. وحتى فى هذه الحالة غالبًا ما يجد المواطنون الذين لحقهم الضرر صعوبة فى كسب قضايا الخصوصية.

وفى الوقت نفسه هناك مجال واسع داخل القانون يمارس داخله الصحفيون حكمهم. ويقول محرر «كانساس سيتى ستار Kansas City Star» آرثر س. بريسبان بشأن نشر خبر مرض آش: «إننا لم نتعد الخط بذلك ـ وبالمناسبة أين هو ذلك الخط؟ إنه مستمر فى الحركة».

ويعتقد القراء أن الخط تحرك إلى أبعد مما يجب. وذكر سبعة وسبعون بالمائة ممن شاركوا فى استطلاع الرأى الذى أجرته «تايمز ميرور» سنة ١٩٨٩ أن الصحافة تغزو خصوصية الناس. ورغم ذلك فقد حان يوم الشيطان الصغير الجاثم على أكتاف الصحفيين. ففى السابق لم يقل الصحفيون شيئًا عن علاقات الرئيس فرانكلين روزفلت النسائية، ـ وكانوا احترامًا منهم لمنصبه ـ يحرصون على عدم تصوير رئيس الدولة المصاب بشلل الأطفال بطريقة تجعل كرسيه المتحرك مرئيًا. أما الآن، وبتشجيع من الرئيس ليندون جونسون الذى رفع قميصه ليريهم أثر عملية إزالة المرارة، يطالب الصحفيون بالتفاصيل الكاملة لكل عملية فحص شامل تجرى للرئيس. ودفعت عملية سرطان القولون التى أجريت للرئيس ريجان إلى وضع رسومات بيانية حية فى الصحف فى أنحاء البلاد. وفى الوقت نفسه يعرف كل من يطمح فى الوصول إلى منصب الرئيس أن المغامرات الجنسية يمكن أن تجتذب فرق المخبرين الصحفيين الباحثين عن التفاصيل. والمتهمون الشباب يتم تعريفهم بصورة أكبر فى الصحافة، كما أشارت أليشا شبرد فى «أميركان جورناليزم ريفيو» بقولها: «فى السنوات السابقة لم يكن هناك من يفكر فى تحديد شخصية طفل متهم بجريمة ما، سواء أكانت خطيرة أم لا. وكان يقال إن الأحداث لديهم فرصة أفضل لإعادة التأهيل ما لم يُجَرَّسوا. غير أنه فى الوقت الراهن ـ حيث المزيد من الأحداث ـ يبدو أن مديرى الأخبار يجدون صعوبة أقل فى ذكر أسماء مَنْ يقتلون ويغتصبون ويسرقون».

ويضع قانون الخصوصية فاصلاً مهمًا بين المسئولين العموم والمواطنين الخاصين. ولأن المسئولين العموم يكسبون دخلهم تحت بصر الجمهور، فإن حياتهم جديرة بصورة خاصة بأن تكون أخباراً. ولا يكاد يكون لدى هؤلاء أية حماية. وقد رفعت

جاكلين كنيدى أوناسيس دعوى قضائية بعد مطاردة المصور الصحفى الجرىء رون جاليلا مصور الأثرياء والمشاهير لها. وقد أمر جاليلا بالبقاء على بعد خمسة وعشرين قدمًا منها، وثلاثين قدمًا من أطفالها. غير أنه فى قضية كتلك التى تخص آش سنة ١٩٩٢ لابد للصحفيين أن يمتثلوا لحكم محكمة ضميرهم هم. والحكم فى هذه الحالة يتباين من شخص لآخر.

وكان آش يعرف طوال أربع سنوات أنه أصيب بالعدوى فى أثناء نقل الدم - وكذلك كان حال عدد من الصحفيين، بمن فيهم المخبر الصحفى الرياضى فرانك ديفورد من «نيوزويك» وبرايانت جامبل من «توداى» Today وبعد ذلك أبلغ شخص ما مندوب «يو إس إيه توداى» للتنس - وهو صديق طفولة لآش - بحقيقة مرضه. واتصل المندوب بآش للتأكد من صحة الخبر. اعترض آش فى بادئ الأمر، ولكنه أدرك أن الخبر يوشك أن ينتشر بأية حال. وهنا قرر أن يدعو إلى عقد مؤتمر صحفى. وفى المؤتمر اشتكى قائلاً: «لم أرتكب أية جريمة، ولست مرشحًا لأى منصب عام. وينبغى أن أكون قادراً على التمتع بحقى فى الحفاظ على خصوصية أمور كذلك [المرض]».

ورداً على ذلك، تساءل الصحفيون الذين نقلوا القصة عما كان يجب عمله إذا أدخل آش المستشفى فى حادث سيارة أو أجريت له عملية جراحية بسبب السرطان. إنه واحد من أشهر رياضيى هذا القرن. وكان لابد للصحافة أن تغطى هذين الخبرين. فلماذا لا تغطى خبر مرضه؟

إن من لا يستهدفون الجماهير قد تكون لديهم فرصة أفضل لحماية خصوصيتهم، ولكنهم ليسوا محصنين من أن يجدوا أنفسهم فى الأخبار. والصحف ليس لها الحق المطلق فى نشر الحقائق الخاصة الموجودة فى السجلات العامة وحسب، ولكنها تسعى كذلك للعمل تحت مظلة أكثر اتساعًا تقول إن بإمكانها نقل أخبار معلومات أخرى جديرة بالنشر عن أى شخص خاص.

وكقاعدة عامة، يشير باحث وسائل الإعلام لويس داى إلى أن «أى شىء يحدث فى المشهد العام يمكن نقله. والفكرة هى أن الأنشطة التى تحدث فى العلن ليست خاصة بالقطع». وهذا معناه أن المصور الصحفى الذى يبحث عن لقطة جيدة لتوضيح أول أيام الربيع يمكنه التقاط صورة لحبيبين يقبل أحدهما الآخر على

مقعد بأحد المتنزهات. والصحفى اللماح سوف يراجع الأمر لمعرفة إن كانا متزوجين أو ليس كل منهما زوج لآخر.[1] غير أن المصور ليس له أى حق قانونى فى أن يفعل ذلك.

وعندما بدأ المخبرون الصحفيون إجراء مقابلات مع أشخاص جديرين بأن يكونوا أخباراً فى منتصف القرن التاسع عشر، صاح المنتقدون بأن تلك «الحيلة» غزو للخصوصية. واليوم تبدو المقابلات شديدة الفتور بالمقارنة بالقرارات التى يجب على المحررين اتخاذها. ولنأخذ مثلاً حالة منزل تشتعل فيه النيران وصورة تبين لوعة الأم التى أصابها الرعب بعد أن علمت للتو أن أطفالها قد لا يمكن إنقاذهم. والحرائق جديرة بأن تكون أخباراً. ولكن هل ينبغى للصحيفة عرض جزع الأم الخاص؟ أو ما رأيكم فى صورة امرأة تخرج مسرعة شبه عارية من المنزل الذى كانت محبوسة فيه؟ لقد حكمت محكمة استئناف فلوريدا بأنه لا يمكنها الحصول على تعويض. ولكن بعض الصحفيين يتساءلون عما إذا كانت تلك الصورة قد تجاوزت الحدود أم لا.

والاغتصاب منطقة يدور حولها جدل كبير. فهذه الجريمة انتهاك سافر لخصوصية امرأة. وأية قصة خبرية عن الاغتصاب يمكن أن تسبب حرجًا لارتباطها بالوصمة الاجتماعية. والقانون لا يقدم عونًا كبيراً للمساعدة فى اتخاذ قرار بشأن إذا ما كانت أية صحيفة ينبغى لها ذلك أم لا. وست ولايات فقط هى التى تحظر نشر أسماء ضحايا الاغتصاب. وفى أى حدث تحكم المحكمة العليا بأنه فى حالة إفشاء المسئولين العامين لاسم ما أو وجوده فى السجلات العامة، يمكن نشره فى الصحيفة. وعليه فإن أسماء ضحايا الاغتصاب مشكلة أخلاقية أكثر منها قانونية بالنسبة للصحف. ومعظم الصحف لا تنشر أسماء ضحايا الاغتصاب إلا بعد موافقتهن. إلا أن كثيرين يشعرون بقلق كذلك من تضمينات تلك السياسة. فالاغتصاب جريمة، والجريمة خبر، والخبر هو ما يفترض أن ينقله الصحفيون. وتقول جنيفا أوفرهولسر محررة «دى موان ريجيستر» السابقة إن الصحف بحجبها أسماء ضحايا الاغتصاب تساعد على تأبيد الوصمة. وهى تقول إنه ينبغى على

(١) إذا أعطت الصورة انطباعًا زائفًا بأن الاثنين متزوجين من بعضهما، فإن الصحفى ربما يكون قد أغرى بغزو الخصوصية بسبب «ضوء زائف».

الصحف نشر الأسماء وتفاصيل توضيحية بالرسوم لحوادث الاغتصاب للقضاء على تلك المحظورات.

وأضافت أوفرهولسر قائلة: «وهذا الأمر بما يتسم به من قسوة وجموح وضيق هو ما يفترض أننا نقوم به. وإذا فكرت فى الأشياء الأشق على نفوس الناس - مثل أسماء ضحايا الاغتصاب أو إصابة آش بالإيدز - فهذه هى الطريقة التى يحدث بها المجتمع التغيير. إن دورنا ليس كبت المعلومات القاسية. ولا بد أن نكون على استعداد لأن نجرح الناس. ولا بد أن نتولى مهمة إبلاغ الناس بما نعرفه».

ولكن هذه ليست هى الكلمة الأخيرة. فربما تقول أوفرهولسر إنه ينبغى نشر اسم ضحية الاغتصاب، ولكنها خلال وجودها فى صحيفة «دى موان ريجستر» كانت لا تفعل ذلك إلا بموافقة من الضحية.[1]

لماذا لم ينشروا رسالتك إلى المحرر؟

تقفز كالمجنون بسبب شىء ما قرأته فى الصحيفة. ربما لم يكن ذلك خطأ من الصحيفة، ولكنه ملاحظة غبية صدرت عن أحد الساسة ونُقل كلامه فى صفحة الأخبار. وعلى أية حال فأنت لا تريد أن تمضى الملاحظة بدون تعليق قوى عليها. فماذا عساك أن تفعل بشأن ذلك؟

---

(١) ما يشعر به الصحفيون من عدم ارتياح فى تناولهم للخصوصية ليس أقل حدة عندما تصبح حياتهم أخباراً. ففى سنة ١٩٩٥ استقالت أوفرهولسر من عملها كمحررة لـ«دى موان ريجستر»، حيث أرجعت ذلك إلى اعتبارات الخسائر الكثيرة التى انتشرت فى صالات الأخبار. ومع وفرة القصص القومية التى تلت ذلك، بدت الصحيفة المملوكة لمجموعة «جانيت» فى وضع سيئ. أما أوفرهولسر فبدت فى وضع جيد. وحسبما جاء فى «وول ستريت جورنال»، أصبحت أوفرهولسر «أشبه ببطلة الصحافة». وبعد ذلك علم أن استقالتها ربما كانت تنطوى على عامل آخر كذلك. فقد كانت هى ومدير التحرير، الذى استقال فى الوقت ذاته، يباشران إجراءات تطليق زوجيهما، وأظهرت تحقيقات السجلات العقارية أنهما اشتريا منزلاً معا فى مدينة واشنطن. وكان ردها على مندوب «دى موان ريجستر» الذى تابع القصة هو: «السبب فى كون حياتى الشخصية كمواطنة خاصة فى مدينة واشنطن تهمك أو تهم قراءك أمر لا دخل لى به على الإطلاق». وبغض النظر عن اعتقاد أوفرهولسر أن القصص الخبرية غير نزيهة (حيث قالت إن قرار الطلاق اتخذ بعد عدة أسابيع من الاستقالة)، فقد سحبت ملاحظة أن أمورها الخاصة ليست من شأن أى إنسان. فكما قالت هى قبل ذلك بفترة طويلة، فإن «الصحف لا تساوى شيئًا إن هى لم تغزُ خصوصية الناس».

فى الولايات المتحدة ليس حق الرجوع فى المطالبة المقبول هو حرق المبنى . إذ تكتب «رسالة إلى المحرر» للصحيفة المعتدية على أمل أن تنشر . وتكتب الرسالة بحرص وتجعل أفكارك واضحة ومحددة وتوقعها باسمك وتذكر عنوانك فى آخرها ، حسبما تقول توجيهات الصحيفة عادة .[1] وبعد ذلك تبعث رسالتك وتنتظر . وتمضى الأيام دون أن تنشر رسالتك . وأخيراً تجد لديك الشجاعة كى تتصل تليفونيًا بالصحيفة لمعرفة السبب .

وفى أى من صحف المدن الكبرى ليس المحرر فى واقع الأمر هو من يتلقى تلك الرسائل ، وإنما مرءوس أقل منه مرتبة فى قسم الافتتاحيات يتولى مسئولية صفحتى الرأى والتعليقات . أما كبير المحررين ـ المسئول عن صالة الأخبار ، التى قد تكون فى طابق مختلف عن ذلك الذى به إدارة التحرير ـ فقد يرى الرسالة فى النهاية . ولكن ليس قبل أن يتم فحصها هى وعشرات غيرها فى مكان آخر .

وهكذا ، فإنك عندما تتصل ، فمن المحتمل أن يوجهوك إلى ذلك المرءوس فى قسم الافتتاحية ، حيث يعدك بإبلاغ شكواك لـ «الشخص المسئول» . وفى أية صحيفة كبيرة قد يكون هذا الشخص هو محرر صفحة الافتتاحية . وفى صحف المدن الصغيرة قد تصل الشكوى إلى المحرر العام . وفى أى من الحالتين ، هذا هو ما قد يقال لك عندما يرد عليك أحد هذين الرجلين :

- «لسنا ملزمين بنشر رسالتك . فنحن أصحاب القرار فيما يتعلق بما ينشر فى الصحيفة» . هذا صحيح . فليس هناك وجود لـ «حق الرد» فى الصحافة الأمريكية . ولكن معظم الصحف قد تقدم سببًا ما ، لأنها ترغب فى الحفاظ على العلاقات الطيبة بجمهورها من القراء . وأحد الأسباب الرئيسية لنشرها الرسائل هو تنمية علاقتها بالقراء . وهذا هو السبب فى أن صحفًا كثيرة تضع حدودًا لعدد الرسائل التى تتلقاها من القارئ الواحد .

---

(١) تبين الدراسات التى أجريت على استفادة الصحف من الرسائل التى يبعثها القراء للمحرر انتشار قواعد بعينها . فواقع الأمر أن كل الصحف تصر على توقيع القراء للرسائل . وتفضل معظم الصحف ألا يزيد عدد كلمات الرسالة على مائتى كلمة وتقوم هى بحذف الزائد . ومعظم الصحف تصحح الأخطاء الإملائية والهجائية . وخمسة وثمانون بالمائة منها لا تنشر الشعر .

- «آسف، فلدينا عدد من الرسائل عن نفس الموضوع، ولا يمكننا نشرها جميعًا». ربما لا تسمح المساحة بذلك، ولا يريد أحد أن يقرأ الكثير من الرسائل التى تتناول الشىء نفسه تقريبًا. وفى مثل هذه الحالات يختار المحرر عينة تمثل رأى القراء. وغالبًا ما يحاول عمل توازن بين الأطراف المختلفة للقضية كما فى القصص الخبرية. ومن ثم يستبعد الباقى.

- «هذه رسالة جيدة، غير أنها لا تهم القراء بصورة كبيرة». وتبين الدراسات أن المحررين منحازون للرسائل التى تتصل بالمجتمع. فأنت كمواطن من بافالو سبرنجز بولاية إيداهو لديك من الحق ما لأى شخص آخر فى التعليق على ما قاله السكرتير العام للأمم المتحدة. وإذا كانت الرسالة ذكية أو تتسم بعمق البصيرة، فقد ينتهى بها الحال بالنشر فى الصحيفة. أما التعليق على ما يقوله العمدة والطريقة التى يهدر بها مجلس المدينة أموال الضرائب، ففرصته فى النشر أفضل. وبالمثل فإن ثلث الصحف التى شاركت برأيها فى إحدى الدراسات ذكرت أنها قد لا تنشر الرسائل التى يبعث بها قراء يعيشون خارج منطقة توزيع الصحيفة.

- «لقد أخطأت رسالتك لب الموضوع؛ فقد انتقدتنا على اقتباس بعض ما قاله أحد الساسة. ربما لا نتفق معه، ولكنه قال ما قاله. وهذا هو ما يسمى أخبارًا». والصحيفة معها حق؛ فالناس غالبًا ما يلقون باللوم على الرسول وليس على الرسالة.

- «لا يمكننا نشر تلك الرسالة؛ فهى تنطوى على القذف والتشهير!» ربما تبالغ بعض الشىء بوصفك جيرانك بأنهم «حالات جنون رسمى». والصحف حريصة بشأن قول أشياء يمكن أن تجرها إلى المحاكم بتهمة القذف.(١) وبطبيعة الحال فإنهم لو أعجبتهم رسالتك حقًا سوف ينشرونها، وغالبًا ما يكون ذلك بعد حذف الأجزاء المثيرة للمشاعر منها.

---

(١) أول قضية معروفة بشأن رسالة إلى المحرر رفعها عضو كونجرس يسمى ماثيو ليونز كتب رسالة إلى المحرر سنة ١٧٩٨ يتهم فيها الرئيس جون أدامز بـ«التعطش غير المحدود للأبهة المثيرة للضحك، أو التملق الأحمق، أو الجشع الأنانى». وسيق ليونز إلى المحكمة بتهمة انتهاك قانون التحريض على الفتنة، ودفع غرامة مقدارها ألف دولار وحُبس لمدة أربعة أشهر. ومثل هذا التعليق فى الوقت الراهن لا يُرسل كاتبه إلى السجن، ولا حتى إلى برنامج من البرامج الجماهيرية.

ـ «لم نشعر برغبة فى نشرها، وليس من شأنك معرفة السبب!» وهذا رد غير محتمل فى مناخ العميل، الخدمة الحالى. ولكن إذا تلقيت رداً كهذا فإنه قد يؤكد شكك فى أن السياسى الذى قال ذلك الكلام هو بالفعل أحد أصدقاء الناشر فى لعب الجولف.

ويُنظر فى الوقت الراهن إلى رسائل القراء على أنها جزء من النموذج الديموقراطى الذى يعبر فيه الناس عن آرائهم. ولكن أصول الرسائل التى تبعث إلى الصحف مختلفة اختلافًا كبيراً. ففى القرن الثامن عشر وجزء من القرن التاسع عشر كانت تنشر كشكل من أشكال نقل الأخبار وطريقة لإذكاء نار الثورة. وكان مؤلفو الكراسات، وهم يكتبون فى الغالب بالطريقة التى كان جون ديكنسون يكتب بها فى كراساته «رسائل من مزارع فى بنسلفانيا»، تثير القلاقل فى الصحف إبان الحرب الثورية. وكان كتّاب كثيرون، مثل بنجامين فرانكلين، يغفلون كتابة أسمائهم. أما الفكرة الحديثة التى وراء كتابة رسائل إلى المحرر ـ أى رسائل من عامة القراء وليس من مثيرى القلاقل السياسيين ـ فلم تظهر فى الواقع حتى بداية هذا القرن. ولم تنشر «نيويورك تايمز» رسائل القراء بانتظام حتى سنة ١٩٣١.

ومثل هذه الأبواب ليست ملمحًا قياسيًا من ملامح الصحف حاليًا وحسب، بل إن شعبيتها فى ازدياد. وينشر المحررون المزيد من الرسائل فى صفحة الافتتاحية. وبعض الصحف لديها أقسام خاصة للرسائل فى أكثر من جزء بالصحيفة، مثل باب الكتب وباب الرياضة وكذلك صفحة الافتتاحية. وهذه الأبواب مقروءة بشكل جيد. وتخصص صحيفة «بالم بيتش بوست» Palm Beach Post صفحة كاملة للرسائل أيام السبت. وطبقًا لما تبينه إحدى الدراسات، فإن رسائل القراء مقروءة أكثر من صفحات الرياضة والتجارة والمال.

وإذا كان الجمهور يحب قراءة الرسائل، وينشر المحررون الذين يرغبون فى إرضائه المزيد منها، فلا يعنى هذا فى حد ذاته أن فرصتك أفضل فى نشر رسائلك. ذلك أن أمامك الكثير من المنافسين. وعلى سبيل المثال، تتلقى صحيفة «بورتلاند أورجونيان» Portland Oregonian التى يصل توزيعها الأسبوعى إلى ٣٣٠ ألف نسخة من خمسين إلى خمس وسبعين رسالة فى اليوم، تستخدم منها تسع رسائل فى المتوسط.

وهكذا فإذا كان الرد على رسالتك بالنفى، فإنك قد ترغب فى محاولة بعض الخيارات المذكورة فى الجزء التالى الخاص بقانون حقوق مستهلك الأخبار. وتمثل هذه الخيارات هى الأخرى تنفيسًا عن غضبك أفضل من حرق المبنى.

كلام جانبى: قانون حقوق مستهلك الأخبار

كشأن غيرهم من المستهلكين، يتمتع قراء الصحف بعدد من الحقوق. وربما لا تكون هذه الحقوق مدونة فى الدستور وقد لا تكون «غير قابلة للتحويل»، غير أنها موجودة وكأنها كذلك.

وهذه هى الأمور التى لك الحق فيها:

- كتابة رسالة قابلة للنشر تتضمن شكوى ما إلى المحرر. وإذا كانت رسالتك معقولة ولا تشهر بأى إنسان، فإنها قد تنشر.
- كتابة رسالة مباشرة إلى الناشر. وباعتبار الناشر أكبر رئيس، فهو عادة لا يبحث أية شكوى بنفسه (ما لم يكن صديقك). ومن المحتمل أن تأخذ طريقها للرد. ولكن لأنها آتية من الناشر، فإنك قد تكون متأكدًا إلى حد كبير من أنها ستحظى بالرد بطريقة لائقة.
- المطالبة بتصحيح أو تراجع. وإذا أمكنك بيان أن الصحيفة أخطأت فى مسألة تتصل بحقيقة يمكن إثباتها، فمن المحتمل أن تنشر معظم الصحف تصحيحًا؛ إذ إنها لا تحب ارتكاب الأخطاء كذلك. كما أن الكاتب أو المحرر المسىء سوف يتم إعلامه وقد يوجه إليه اللوم. والأمر الأكثر صعوبة هو جعل إحدى الصحف تتراجع عن تأويل ما أو رأى فى الافتتاحية.
- رفض إجراء مقابلة إذا طُلب منك ذلك؛ فليس هناك قانون ينص على إجبار المواطن الخاص على الحديث إلى الصحافة. قد تُضطر للحديث أمام الصحافة، مثلما تُضطر للحديث أمام المحكمة، غير أن بإمكانك دومًا إبعاد من يريد إجراء مقابلة معك.

ـ رفض أن يجرى المقابلة معك مخبر صحفى بعينه . فإن لك الحق فى أن تسأل عمن يتولى العمل فى القصة الخبرية قبل الموافقة على التعاون . وإذا كنت لا تحب عمل مخبر معين، يمكنك رفض الكلام وحسب . ولا يحب المحررون والمخبرون الصحفيون التشكيك فى أحكامهم ، ولكن من سلطتك أن تفعل ذلك . فإذا كنت تشك فى أحد الصحفيين ، يمكنك استئجار صحفى من الشركات التى ظهرت لكتابة تقارير عن الصحفيين وانحيازهم . [١]

ـ التسجيل لمن يسجل لك . أخرج جهاز التسجيل الخاص بك .

ـ طلب رؤية القصة قبل نشرها . صحيح أن الصحفيين يكرهون ذلك ، ولكنهم إذا أرادوك أن تتحدث بما يكفى من السوء ، فلا بد أن يكونوا على استعداد للمساومة . والكثير من الصحف لديه قواعد خاصة به ضد عرض القصص على المصادر قبل نشرها إلا أنه يمكنك على الأقل أن تطلب أن تقرأ عليك الاقتباسات المأخوذة من كلامك ، قبل تسليم القصة للمطبعة .

ـ أمر المخبر الصحفى بالخروج من بيتك والابتعاد عن ممتلكاتك . فما زال التعدى على أملاك الغير غير مشروع فى الولايات المتحدة .

ـ إلغاء اشتراكك . وهذا هو ما يكرهه الناشرون والمديرون التجاريون ، لأنه يضرهم فى جانب له تأثيره ـ وهو الموارد المالية . يمكنك التهديد بجعل أصدقائك يلغون اشتراكاتهم كذلك . ومع هذا ، لا ينبغى أن تفعل ذلك كثيراً ؛ فربما لا يجددونه بعد أن تهدأ .

ـ التظاهر أمام مكاتب الصحيفة . ولكن عليك أولا بالحصول على تصريح من الشرطة ، ولا تتعدى على الممتلكات أو تعكر صفو السلم .

ـ اتخاذ إجراء قانونى . ويعد رفع دعوى قذف هو أكثر الإجراءات نمطية .

---

(١) ما لم تكن بطبيعة الحال مسئولاً حكوميًا . وقد استأجرت هيزيل أوليرى وزيرة الطاقة فى حكومة كلينتون شركة تسمى كارما للاستعلام عن الصحفيين الذين يغطون أخبارها . وكان ما تحمله دافعو الضرائب مقابل ذلك ٤٦٥٠٠ دولار . وعندما نشرت «وول ستريت جورنال» الخبر فى أواخر ١٩٩٥ ، كان ذلك انتصاراً للمحررين الصحفيين . وكان على أوليرى إعادة المبلغ للحكومة من مالها الخاص .

ومجرد التهديد بذلك يجعلهم يعيدون النظر ، إذا اتضح أنك من الممكن أن تكسب القضية . وكان لأحد قضاة نيفادا طريقة قانونية أكثر إبداعًا للتعامل مع إحدى الصحف التى انتقدته فى افتتاحيتها . فعندما سلمت صحيفة «ديلى سباركس» نسخًا مجانية كنوع من الترويج ، قرر القاضى بصورة رسمية أن الصحيفة التى لم يمكنه استمالتها بأنها «قمامة» وبذلك تُركت بصورة غير قانونية على الطرق الخاضعة لقانون المدينة ، وقد أمر الصحيفة بدفع غرامة قدرها ألف دولار .

لماذا تؤخذ شكواك مأخذ الجد ؟

يقول مستهلكو الأخبار إن شكاواهم لا تلقى أذنًا صاغية ، عندما يكتبون إلى المحرر أو يتصلون به تليفونيًا بشأن قصة أثارت استياءهم . والحقيقة هى أن الشكاوى التى تصل من الجمهور غالبًا ما تؤخذ مأخذ الجد .

وفى يوم من الأيام وصف أحد الكتاب ، عندما كان مخبراً صحفيًا تحت التمرين ، شخصا كثير الانتقاد للحكم المحلى بأنه gadfly (ذبابة ماشية) . [1] (كان ذلك هو نمط الشخص الذى يظهر فى كل اجتماع كى يفند أى سياسة أو تشريع ، ولابد أن كل مدينة بها شخص كهذا) واستخرج ذلك الشخص معنى كلمة gadfly من قاموسه وكتب ما يلى للمحرر : «إن ذبابة الماشية هى تلك التى تلسع الماشية . وأنا لست ذبابة ماشية» . وفى العدد التالى نشر المحرر اعتذاراً .

لقد أصبح الناشرون على قدر شديد من الحساسية حيال شكاوى القراء . فالتعامل بطريقة غير رسمية مع أى قارئ يشعر بأن الأخبار أساءت إليه أفضل من الدخول فى قضايا القذف فى المحاكم . وحتى إذا لم يكن خطر قضايا القذف قائمًا فإن بعض المقالات والتعليقات تثير رد فعل الجمهور القوى ، الذى يجعل الصحيفة تتجشم مهمة إصلاح الأمور . وقد نشرت «واشنطن بوست» التصحيح التالى فى ٢ فبراير ١٩٩٣ : «وصف مقال أمس أتباع وعاظ التلفزيون الإنجيليين بأنهم مساكين

---

(١) المعنى الأصلى للكلمة فى اللغة الإنجليزية هو نوع من الذباب يلسع الماشية ، غير أن من معانيها كذلك الشخص الذى اعتاد انتقاد المؤسسات القائمة ، وهو المعنى الذى قصده المخبر الصحفى فى قصته . (المترجم) .

إلى حد كبير، وغير متعلمين، ويسهل قيادهم. وليس هناك أى أساس حقيقى لهذه العبارة». وإضافة إلى ذلك، كتبت جوان بيرد محققة شكاوى «واشنطن بوست» مقالاً مطولاً شرحت فيه أصل الجملة الوحيدة التى أثارت الاستياء فى مقال الصحيفة الطويل عن المسيحيين الإنجيليين. فقد أرجعت المشكلة إلى التفكير النمطى غير الملحوظ فى مستويات عديدة للتحرير.

ويتزايد عدد القراء الذين لديهم أجهزة كمبيوتر ومودم ويمكنهم الوصول مباشرة إلى المحرر من خلال البريد الإلكترونى. والرسالة الساخنة ولكنها منطقية. والتى تأتى مباشرة إلى كمبيوتر الصحفى يصعب الروغان منها. وليس هناك عذر من ضياع رقم التليفون أو أن القهوة التى أريقت على الرسالة محت عنوان المرسل الموجود فى الرسالة. كما أنه ليست هناك أظرف تُلصق، وهو ما يعنى أنه من السهل إرسال رد سريع. والواقع أن بعض الصحف تشجع المخبرين الصحفيين على الرد من خلال البريد الإلكترونى على نقد القراء واستفساراتهم. ويرى المخبرون أن هذه طريقة جيدة لإيجاد زوايا جديدة للقصة الخبرية. وفى منتصف ١٩٩٥ تمكن قراء مستاءون لحوالى تسعين صحيفة من إرسال رسالة غاضبة للمحررين عبر شبكة الإنترنت.

ولا يعنى هذا أن القراء سوف يعرفون دائمًا الإجراء الذى اتخذ. فبدون أى إعلان أو تصحيح أو رسالة إلى المحرر، يمكن فصل أى مخبر صحفى فى هدوء لانتهاكه اللوائح الداخلية أو ميثاق الشرف الداخلى فى تعامله مع الأخبار. وهو ما حدث عشرات المرات فى السنوات الأخيرة، طبقًا لما ذكرته مجلات مراجعة الصحافة التى نصّبت نفسها حراسًا على المهنة.

وربما يبدو مستغربًا أن أية صحيفة أكثر اعتمادًا على الجمهور فى الحفاظ على أمانتها مما يدركه القراء. والمثال الجيد هو ذلك المحرر الذى استقبل فى مكتبه وفدًا من الوسطاء العقاريين المحليين الغاضبين، وكانت شكواهم أن الصحيفة «مناوئة للتنمية العمرانية». وقال المحرر إن هذا كلام فارغ. ولكنه بعد أن راجع عينات من الأعداد السابقة وصل إلى النتيجة ذاتها. فقد كان هناك نمط من السلبية فى كل قصة تقريبًا كُتبت عن التنمية المحلية. وكل ما فى الأمر أنه لم يكن قد رأى ذلك. وهنا

أمر بمراجعة التغطية الإخبارية للعقارات، وذكَّر العاملين معه بسياسة الصحيفة الخاصة بالموضوعية. وكانت نتيجة ذلك انخفاض ملحوظ فى التغطية السلبية.

وأحد أسباب كون الجمهور حليفًا له قيمته فى الحفاظ على السلامة الصحفية هو أن المحررين لا يمكنهم التحقق من دقة معلومات محرريهم. فضغط المواعيد النهائية اليومية يجعل الأمر غاية فى الصعوبة. وإذا كتب أحد المخبرين أن شخصًا ما قال شيئًا، فلابد أن يقبله المحرر على أساس من أهميته الظاهرة، ما لم يقل الجمهور شيئًا مختلفًا.

ولابد للقارئ أن يعى مبدأ عامًا سائدًا فى سوق الأخبار فى الوقت الراهن وهو «إنها صحيفتك». وبذلك ينبغى على القراء الشعور بأن لهم حرية الشكوى.

* * *

الفصل الثامن

اتجاهـــات

القصص الرياضية تنتظر كي تخبرك بالنتيجة

لا يمكن للصحف أن تتجاهل التلفزيون. وكانت الصحف فى وقت من الأوقات ترفض «الصندوق الأبله» باعتباره بديلاً ضعيفًا للكلمة المكتوبة. ولكن الصحف فى الوقت الراهن لا تتقبل تأثير التلفزيون على الحياة الأمريكية وحسب، وإنما تعتمد عليه فى حالات كثيرة.

والتلفزيون هو الذى جعل الصحف تجرى لنفسها عملية شد وجه. فقد أضافت الألوان والقصص المختصرة، وأعطت أهمية أكبر للرسوم التوضيحية وغيرت تعريف الخبر. وتشبه ماكينات بيع صحيفة «يو إس إيه توداى» أجهزة التلفزيون.

وربما كان أقوى أثر للتلفزيون على وسائل الإعلام المطبوعة هو التغلب على عنصر الوقت. وكانت القاعدة الشائعة فى صناعة الصحف هى «لتحصل على الخبر بطريقة صحيحة، ولكن لتحصل عليه أولاً». أما الآن فنادراً ما تنقل صحيفة قصة كبيرة للجمهور قبل أن تنقلها له وسائل الإعلام الإلكترونية. ومع السماح للتلفزيون هذه الأيام بدخول قاعات المحاكم والمجالس النيابية (ومنها الكونجرس)، إلى جانب تزايد تغطية المجتمع على شبكات الكيبل، وبالإضافة إلى ظهور الكاميرا المحمولة، هناك القليل من الأماكن التى لا يصلها مخبرو التلفزيون.

وفى الأيام الخوالى كان المخبرون الرياضيون يبلِّغون الجمهور بنتائج المباراة فى أول فقرة. واليوم يفترض الكتَّاب أن معظم المشجعين شاهدوا بالفعل المباراة الكبيرة على شاشة التلفزيون ويعرفون من هو الفائز. ويمكن لكاتب طبعة الغد أن يمضى

فى قصته دون أن يثقل على الجمهور بحقائق يعرفها بالفعل. ويظهر الاتجاه ذاته فى الأخبار المدوية. فالمخبرون يغوصون بحثًا عن زوايا جديدة فى القصص التى أذاعها التلفزيون. وتجد هذه الأيام قصصًا ذات اتجاه اجتماعى على الصفحة الأولى لا ترتبط بأحداث بعينها.

ولأن الصحف اعتبرت التلفزيون منافسًا لها على اجتذاب الجمهور، فقد ترددت فى بادئ الأمر فى نشر برامج التلفزيون. وهى تدرك الآن أن بعض الناس يشترون الصحف، ولذلك يمكنهم معرفة ما يشاهدونه فى التلفزيون منها. وتوظف الصحف نقادًا تلفزيونيين وتنشر قصصًا خبرية عن برامج التلفزيون ونجومه، بل ونبذة عن تمثيلياته. وبقدر ما قد ينال ذلك من غرور الصحفيين، فهم يحصلون على الأخبار من جهاز التلفزيون. وفى بعض الأحيان يستغلون التلفزيون للحصول على أفكار لما تجب تغطيته. وأحيانًا أخرى يصنع التلفزيون الأخبار. فعندما أعلن روس بيرو فى برنامج شبكة «سى إن إن» Larry King Live أنه سيفكر فى خوض انتخابات الرئاسة، أصبح ما قاله خبرًا على الصفحة الأولى فى أنحاء البلاد. وصار ذلك هو النمط المعتاد فى أثناء الحملة الانتخابية. وأشارت «ناشونال جورنال» Na-tional Journal إلى أن «مخبرى الصحافة المطبوعة يقصرون كتابتهم على ما يفعله بيرو على شاشات التلفزيون».

ويسيطر التلفزيون على جمهور ضخم. ففى الأسرة الأمريكية المتوسطة يعمل التلفزيون لمدة تزيد على سبع ساعات يوميًا، طبقًا لإحصاء شائع. وعادة ما تصل برامج الذروة فى التلفزيون الأمريكى إلى ما يزيد فى المتوسط على ١٥ مليون مشاهد. ومع أن هذه الأجهزة ليست مفتوحة دائمًا على الأخبار، فإن أخبار التلفزيون تنافس الصحف. وبلغ عدد من شاهدوا حلقة لارى كنج مع بيرو ٥,٣ مليون مشاهد. وطبقًا لما أعلنه مركز منتدى الحرية للدراسات الإعلامية، فإنه فى سنة ١٩٩٤ «ذكر ٧٢ بالمائة من الأمريكيين أنهم يحصلون على معظم أخبارهم من التلفزيون، مقابل ٣٨ بالمائة فقط، قالوا إنهم يحصلون عليها من الصحف. وقال حوالى ٤٥ بالمائة إن التلفزيون هو مصدرهم الوحيد للأخبار».

وكان ظهور التلفزيون قد أثار مخاوف الكلمة المطبوعة من أن يعفو عليها

الزمن، مثلما أخرجت حروف الطباعة المتحركة الرهبان من مهنة زخرفة المخطوطات. وتحتل الولايات المتحدة أدنى مرتبة بين الدول الصناعية في معرفة القراءة. وتقول آن ميريمان محررة باب الكتب في «ريتشموند تايمز ديسباتش» Richmond Times Dispatch إن «كل إنسان له صلة بصناعة النشر قلق على المستقبل. فالأمية المخيفة وتفضيل الجيل الصغير لصور التلفزيون المرئية يمثلان أساسًا واهيًا للتفاؤل بأن الكلمة المكتوبة سوف تسود لفترة طويلة باعتبارها الوسيلة الأساسية للاتصال».

وقد عثرت الصحف على بيانات كثيرة تجعلها تشعر بالقلق بشأن المنتجات المكتوبة السائدة. ففيما بين ١٩٧٠ و١٩٩٤ انخفض عدد قراء الصحف اليومية من ٧٧ بالمائة من السكان إلى ٦١ بالمائة، طبقًا لما ذكر اتحاد الصحف الأمريكي. كما انخفض الوقت الذى تستغرقه قراءة الصحف. وتشير دراسة حديثة إلى أن المتوسط هو ٣٥ دقيقة فى اليوم، مقابل ٥٣ دقيقة فى الأربعينيات. إلا أن هناك من هم أقل كرمًا بكثير فى تقديراتهم، حيث يقولون إن القارئ العادى لا يقضى أكثر من ٢٠ دقيقة فى قراءة الصحف.

وساعد إدراك أن الناس يقضون وقتًا أقل فى قراءة الصحف فى الإيحاء بتصميم مجموعة «جانيت» لصحيفة «يو إس إيه توداى» سنة ١٩٨٢. ومنذ ذلك الحين سعت صحف أخرى سعيًا حثيثًا كى تصبح «مرئية» أكثر. وكما أشرنا آنفًا، فإنه من المنتظر أن يعود المخبرون الصحفيون إلى صالة الأخبار بحقائق تتعلق بالقصة وبأفكار لخريطة أو رسم توضيحى يساعد على فهم التقرير. وقد اشترت الصحف مطابع ألوان غالية الثمن ووظفت المزيد من فنانى الجرافيك. بل إن «نيويورك تايمز»، وهى واحدة من الصحف القليلة التى ليس فيها كارتون أو كاريكاتير سياسى، أنفقت ٤٠٠ مليون دولار على معدات الإنتاج الملون لتجميل صورة «السيدة ذات الشعر الأشيب» التى هى عليها.

ولكن الصحف لن تتفوق على التلفزيون فى بعض الجوانب. فسيظل التلفزيون دائمًا الأكثر ألوانًا، كما أنه يتمتع بميزة المشاهد المتحركة. فكم من الكتّاب يمكنهم تصوير إثارة سيارة أو جى سيمسون فورد برانكو البيضاء وهى تجرى على الطريق السريع؟

غير أن الصحف أبعد من أن يعفو عليها الزمن. فالإحصائيات الخاصة بعدد القراء يمكن قراءتها بطرق إيجابية. وهذا هو ما يقوله جيمس شيليدى عن «سولت ليك تريبيون» Salt Lake Tribune فعلى اعتبار أن كل نسخة يتم توزيعها من الصحيفة يقرؤها قارئان ونصف، يقول شيليدى: «لدى جمهور صباحى مساو للجمهور [المحلى] الذى يشاهد نشرات الأخبار المسائية الأربع مجتمعة». ويشير آخرون إلى اتجاهات قومية مشابهة. إذ يقول توماس هارجروف من «سكريبس هوارد» وجيدو ستمبل من جامعة أوهايو: «هناك من يقرءون الصحف كل يوم ويزيد عددهم عمن يشاهدون نشرات أخبار شبكات التلفزيون المسائية المبكرة، أو نشرات الأخبار المحلية المسائية المبكرة، أو نشرات الأخبار المحلية المسائية المتأخرة». وربما تتحسن الأرقام الخاصة بالصحف. ويقول شيليدى كذلك إن الدراسات تشير إلى أن من ولدوا فى أعقاب الحرب العالمية الثانية يقرءون أكثر ويشاهدون التلفزيون أقل.

ولكن الصحف يمكنها القيام بأشياء أفضل من التلفزيون.[١] فهى مناسبة أكثر لنقل الأخبار الجادة، ولصحافة التحقيق، وللتحليل الإخبارى. كما أن بها مساحة أكبر كى تكون شاملة، أى أن تقدم تفاصيل القصة وسياقها. وثغرات الأخبار القومية والدولية فى «أطلانطا كونستيتيوشن» و«دى موان ريجستر» ضعف حجم ثغرات الأخبار الخاصة بنشرات الأخبار المسائية فى شبكات التلفزيون. وغالبًا ما تحول تكاليف إنتاج التلفزيون المرتفعة، وكذلك قيود المساحة والوقت، دون الالتزام بتقديم تحليل وتحقيق موسعين. يضاف إلى ذلك أن الكلمات أكثر توصيلاً للجدل المنطقى والتحليل من الصور المرئية. والواقع أن الصور المرئية المثيرة للعواطف تصدم الناس فى بعض الأحيان.

---

(١) يقدم نيل بوستمان خبير الاتصالات أدلة قوية على أن التلفزيون يدمر الخطاب العام، فهو يقول: «على أحد الجانبين هناك عالم الكلمة المطبوعة، بتأكيده على المنطق والتسلسل والتفسير والموضوعية والتجرد والنظام. وعلى الجانب الآخر هناك عالم التلفزيون، بتأكيده على الخيال والسرد والحضور والعفوية والحميمية والمكافأة الفورية ورد الفعل العاطفى السريع».

وتقدم الصحف خدمات لا تقدمها شبكات التلفزيون، مثل أخبار الميلاد والزواج والوفيات، والإعلانات المبوبة، والإعلانات الحكومية، وجداول تقييم الأداء فى الأحداث الرياضية، وعرض شامل لحركة الأسعار فى البورصة، وقوائم برامج التلفزيون.

ويجد التلفزيون صعوبة أكبر بكثير فى تقديم تعليق له أهميته. وتتردد شبكات التلفزيون فى تبنى مواقف تحريرية مثيرة للجدل، خوفًا من إثارة استياء المشاهدين (فقراء الصحيفة يمكنهم ترك صفحة الافتتاحية إذا كانت لا تعجبهم. أما افتتاحيات التلفزيون فتواجه المشاهدين مباشرة، شاءوا أم أبوا). وعلى المستوى المحلى، عندما تتخذ إحدى المحطات موقفًا تحريريًا ما، يكون متوقعًا أن يثير وجهات النظر المعارضة. وعدم الالتفات إلى مثل هذه الأمور يكلف كثيراً. وحيث إن محطات التلفزيون مطالبة بالحصول على ترخيص من الحكومة كى تباشر عملها، ولأن أثرها يشمل قطاعًا عريضًا من الناس، فإن سياساتها وممارساتها تخضع لمراقبة خاصة من الكونجرس ولجنة الاتصالات الفيدرالية، التى تنظمها. ويقول شيليدى إنه عندما يتصل الأمر بالتأثير على أصحاب النفوذ، فإن «الصحيفة تتفوق على التلفزيون».

ولا ينبغى استغراب قوة الصحف النسبية. فمهمتا الصحف والتلفزيون مختلفتان تمام الاختلاف. وكتب جرانت تنكر وبد روكيزر مديرا شبكة «إن بى سى» السابقان يقولان: «على عكس كل صحيفة فى أمريكا، فإن المهمة الأساسية لأية شبكة تلفزيون ليست هى الأخبار. ذلك أن مهمة شبكات التلفزيون، التى يأتى دخلها الوحيد من المعلنين الذين يرغبون فى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين، هى اجتذاب الجماهير».

ولا يعنى هذا أن الصحف تشعر بالأمان. فبعد حوالى خمسين سنة من ظهور التلفزيون، ما تزال الصحافة المطبوعة غير مطمئنة بشأن مكانها ومستقبلها بين وسائل الإعلام الأمريكية. وقد سُمع مؤخراً عضو بجماعات الضغط باتحاد الصحف الأمريكى وهو يُعَرِّف نفسه لأحد أعضاء الكونجرس بقوله: «أهلاً، أنا ممثل الديناصورات». وفى الوقت نفسه يسعى مديرو الصحف جاهدين لإيجاد صيغ إخبارية جديدة تجتذب القراء.

عندما كان هذا البلد فتيًا، كانت الأخبار مادة جادة، وكانت أعمدة الأخبار الرمادية الطويلة يقرؤها رجال الأعمال أصحاب العقلية الجادة المحترمون، وكانت الصحف خلواً من أى شىء فيه قدر بسيط من التسلية.

غير أن ذلك أخذ يتغير اعتباراً من منتصف القرن الماضى تقريبًا، عندما أصبحت الصحيفة اليومية وسيلة إعلامية جماهيرية تقدم شيئًا لكل إنسان فى مجتمع يجرى تعليمه تعليمًا جماعيًا، ويسوَّق تسويقًا جماعيًا. وكان مفهوم تسلية قراء الجريدة فى أثناء إعلامهم جزءاً من صيغة للنجاح أفرزتها «صحافة البنى» الشعبية فى أمريكا، التى كانت تزداد تمدينًا. وكانت اللعبة الجديدة هى اجتذاب أكبر عدد ممكن من القراء.

واشترى جوزيف بوليتزر، وهو أحد أبرز مجددى الصحف فى القرن التاسع عشر، صحيفة «نيويورك ورلد» New York World القوية ولكنها غير منافسة فى ثمانينيات القرن التاسع عشر، ووظف فيها مخبرين صحفيين يبحثون عن أخبار «الاهتمام الإنسانى»، التى كلما كانت مثيرة كانت أفضل. وقال بوليتزر عند إعلانه عن شراء الصحيفة: «هناك مكان فى هذه المدينة الكبيرة والنامية لصحيفة ليست رخيصة الثمن وحسب، بل مشرقة كذلك». وعندما بلغت أرقام توزيع الصحيفة ١٠٠ ألف نسخة، جعل المدافع تطلق مائة طلقة للتحية فى سنترال بارك وأعطى قبعة طويلة من الحرير لكل موظف لديه. ومع بداية القرن كانت الصحف تشرع فى تقديم أبواب رياضية منفصلة، وأعمدة فكاهية معنونة منتظمة، وصحف الأحد الكبيرة ذات الكارتون الملون. (١)

ولا يعنى هذا التحول أن «الكارتون» طرد الأخبار الجادة. فعلى العكس من ذلك، رأى واضعو أسس هذا الاتجاه مثل بوليتزر أن هناك حاجة إلى خليط صحى من المادة الصحفية. وبينما كانت «نيويورك ورلد» ترعى رحلة مخبر «الأعمال

---

(١) كان أول كارتون ينشر ستة أيام فى الأسبوع هو ما كان يرسمه هـ.ك. فينشر الذى أصبح يعرف باسم «مط وجيف Mutt and Jeff» ، وظهرت أولى حلقاته فى «سان فرانسيسكو كرونيكل» San Francisco Chronicle فى ١٥ نوفمبر ١٩٠٧ .

المثيرة» نيلى بلاى حول العالم، ظلت الأخبار الجادة هى «العمود الفقرى للصحيفة»، كما قال المؤرخ فرانك لوثر موط. ووصف محرر العشرينيات الشهير هربرت بايارد سووب مهمته بالسيطرة على أرض وسطى بين قوتين بقوله «إن ما أحاول عمله فى صحيفتى هو أن أقدم للجمهور جزءاً مما يرغب فى الحصول عليه وجزءاً مما يجب أن يصله، رغب هو فى ذلك أو لم يرغب».

وظل التوازن الصحيح بين الحقائق والمتعة الشغل الشاغل فى صناعة الأخبار. وفى الأربعينيات، استنكر أوزوالد جاريسون فيلارد ما أسفر عنه تحويل المنتج الإخبارى إلى سلعة تجارية و«التغيير المستمر [للصحف] من وسيلة إعلامية صرفة وناشرة للأخبار إلى أداة للترفيه كذلك». وتوصلت لجنة هاتشنز الشهيرة، التى شُكلت فى نفس الفترة تقريبًا لتقييم وسائل الإعلام، إلى نفس النتيجة. وجاء فى تقرير اللجنة أن «الصحيفة الأمريكية هى الآن وسيلة للترفيه والمعلومات المتخصصة والإعلان بقدر ما هى إخبارية . . . ومن ثم فإن كلمة «أخبار» باتت تعنى شيئًا مختلفًا عن المعلومات الجديدة المهمة».

وكما يلاحظ كل من ينظر إلى المطبوعات الناطقة باسم مهنة الصحافة مثل «إديتور أند ببليشر» Editor & Publisher، فقد زادت حدة هذا الجدل فى السنوات الأخيرة. وفى مقال نشرته «إديتور أند ببليشر» سنة ١٩٩٤ قال جيمس ب. جانون، الذى تقاعد مؤخراً من منصبه كمدير لمكتب «ديترويت نيوز» Detroit News فى واشنطن، إن الصحافة قطعت شوطًا طويلاً فى اتجاه واحد. وكتب قائلاً إن الصحف «تستعيض بصورة كبيرة بالقيم الترفيهية عن القيم الإخبارية . . . إن مهمتنا هى الأخبار، وليس الترفيه». وكانت هناك وجهة نظر معارضة فى المطبوعة نفسها صاحبها هو آل نويهارت. وقد كتب قائلاً إنه ليس هناك عصر ذهبى للصحافة. والترفيه دائمًا له قسمة إخبارية. وانتهى إلى أن الصحف «أفضل من أى وقت مضى. والنظرية التى تقول إن معايير الصحف تدنت خاطئة ولا تعى التاريخ».

والذين يتفقون فى الرأى مع جانون يحصون قائمة طويلة من الخطايا، وهى التى عادة ما تكون تحت عنوان [infotainment المعلوترفيه]. وهم يقولون إن أية صحيفة يمكنها كذلك نشر بروفيل لأحد المشاهير، إلى جانب صورة شديدة الجاذبية،

وحدث رياضى بارز، ونصيحة للريجيم، وتقرير عن افتتاح أحدث المراكز التجارية، ورسم كاريكاتيرى عن الطريقة التى تنفق بها أموالك، وكل ذلك بألوان طبيعية. ويعرف الكبار أن حالة الطقس خبر، ولكنهم يعترضون بشدة على «خريطة حالة الطقس الملونة» التى ترمز إلى التخلى عن القيم الإخبارية لمصلحة المرئيات. وفى أنحاء البلاد يتشاجر معارضو التغيير مع الناشرين الذين يريدون وضع خبر وصول سوتيانات «وندربرا» إلى المركز التجارى المحلى على الصفحة الأولى. ويقول هؤلاء المعارضون للتغيير إن هربرت بايارد سووب كان سيسعده هذا.

ولا شك فى ذلك، فإن ما حدث بالأمس لم يعد هو المعيار الثابت لأخبار الصفحة الأولى. وفى الوقت الراهن لا يفكر المحررون فى أخبار الاتجاهات وحدها، بل كذلك فيما إذا كان الخبر مثيراً للاهتمام بشكل جوهرى ويقدم لجمهورهم بطريقة مثيرة أم لا. وفى الماضى كان محررو الصحف يعرفون ما يريده الناس ويحتاجون إليه، أو على الأقل يظنون أنهم بحاجة إليه. أما الآن فهم يستخدمون مجموعات البحث أو غيرها من تكنيكات التسويق لاكتشاف ما يهم قراءهم. وبناء عليه، تصبح تسريحة شعر مايكل جاكسون خبراً فى الصفحة الأولى.

ويدافع الكثير من المحررين عن أنفسهم بقولهم إنهم لا يزالون يقدمون أخباراً مهمة، حتى وإن كانت كئيبة. وما زال آخرون يعتقدون أن التغييرات التى طرأت على الصحف مثيرة. وكتب جون كاتز الناقد الإعلامى مؤيداً لمجلة «رولنج ستونز» Rolling Stones قائلا: «ينشأ شيء دراماتيكى مكان الأخبار القديمة، وهو ثقافة جديدة من المعلومات، وأخبار جديدة مهجنة ـ وهى عجيبة، ومراهقة، وغير مسئولة، ولا تخاف، ومخيفة، وقوية». ويرى الصحفى أنه لم يعد يجلس على مقعد قيادة التاريخ. وقد كتب كاتز: «إن نقد بارت سيمسون للمجتمع أشد تأثيراً من معظم ما يكتبه أصحاب الأعمدة فى الصحف».

وتشير آن ويلز برانزكومب الباحثة المشاركة فى برنامج سياسة موارد المعلومات بكلية الحقوق بجامعة هارفارد إلى قيمة الترفيه كوسيلة فعالة للتعليم. وهى تقول إن المعلوترفيه هو الاتجاه الصحيح الذى ينبغى السير فيه، فيما يتعلق برفع مستوى الناس».

ولكن الجدل لن ينتهى عما قريب. غير أنه سينقل أكثر وأكثر من صالات الأخبار إلى ملاعب الجولف. فتسهيلات التقاعد المبكر التى تمنحها الصحف خلال إعادة الهيكلة قد تبدو جذابة للمحترفين القدامى الذين لا يحبون التغيير فى صالة الأخبار.

لماذا تكون أسعار الشمبانيا خبراً؟

كيف يمكن لعمل من الأعمال أن يحقق مبيعات كبيرة فى السوق، فى الوقت الذى تتزايد فيه أسعاره؟ هذا سؤال تعرف صناعة الصحف الإجابة عنه. فلابد أن صيغة البقاء الاقتصادى الجديدة فى وسائل الإعلام المطبوعة تسعى لاجتذاب جمهور الإنفاق الكبير، عن طريق مخاطبة اهتماماته الخاصة بالسوق.

إن التسويق هو الحقيقة التى لا خلاف عليها. والحكمة التقليدية فى دوائر تسويق الصحف هى أن الجيل التالى لجيل ما بعد الحرب العالمية الثانية الذى ينفق بسخاء، وتتراوح أعماره بين الثامنة عشرة والخامسة والثلاثين، أقل اهتمامًا بالأمور ذات الوزن الثقيل وغيرها من الموضوعات الإخبارية الأساسية التقليدية من القضايا المتصلة بنوعية الحياة. وإذا كانت الصحف ترغب فى كسب القراء، الذين يرغب المعلنون فى الوصول إليهم والاحتفاظ بهم، فلابد أن تكون التقارير الإخبارية ذات توجه استهلاكى بصورة أكبر. وتعنى هذه الفلسفة الجديدة أن الصحيفة قد تنشر قسمًا به قصة عن اتجاهات شرب الشمبانيا، وتنظم يانصيب للقراء على صندوق من أفخر أنواع الشمبانيا، وتنشر إعلانًا بأربعة ألوان عن محل النبيذ المحلى.

أصبحت كلمةpackaging [التغليف] شائعة فى صناعة الصحف. وهى تشير إلى تغليف الصحيفة أو إخراجها. وفى بعض الأحيان يتقاضى المتخصصون فى الإخراج، وهم يستخدمون الكمبيوتر فى الوقت الراهن لإخراج الصحيفة بقدر أكبر من الإبداع، أجوراً أكبر من أجور المحررين. وهى تعنى كذلك أن الصحيفة تقدم المعلومات بقدر أكبر من التقسيم الموضوعى، حيث تقسم الأخبار إلى أنماط معينة تبعًا لأنماط معينة من الناس. فعلى سبيل المثال، يجد من يتحدثون الإسبانية بـاب La Raza Domingo فى صحيفة «شيكاغو صن تايمز»، أو باب Nuestro

Tiempo فى صحيفة «لوس أنجلوس تايمز» أو باب El Nuevo Tiempo فى صحيفة «سانتا باربرا نيوز بريس» .Santa Barbara News-Press . أما المجلة التى تصدرها «فورت لودرديل صن سنتينل» Fort Lauderdale Sun-Sentinel واسمها «تلت» Tilt، وهى للشباب فى أواخر العشرينيات، فقد ظهر العدد الأول منها سنة ١٩٩٥ .

وهذا تغيير عما كان عليه الحال فى الماضى، عندما كانت الصحف تنظر إلى جمهورها على أنه مجموعة موحدة مجهولة ذات اهتمامات وحاجات عامة . وبينما لا تهجر الصحف الأخبار التى تناسب الجمهور الضخم، فإنها تفكر أكثر كمؤسسات كبيرة ذات عقلية استهلاكية وتوظف أناسًا لديهم هذا التوجه . ويعد مارك ويليز نموذجًا لذلك . ففى سنة ١٩٩٥ أصبح نائب رئيس مجلس إدارة «جنرال ميلز» المدير العام لشركة «تايمز ميرور» المالكة لصحف «لوس أنجلوس تايمز» و«بالتيمور صن» Baltimore Sun و«نيوزداى» . وبعد فترة قصيرة من تعيينه، قال ويليز إن الصحف لا بد أن تفكر أكثر فى تلبية حاجات القراء بالطريقة التى تفكر بها مصانع طعام الإفطار وخلطات الكعك .

ويقول كارول آن ريوردان المدير المشارك بمعهد الصحافة الأمريكى : «إنكم بحاجة إلى معرفة أكثر ما يمكن عنهم [القراء] ومن ثم تُفَصِّلون الرسالة بناء على ذلك . لنقل إنكم ترغبون فى توجيه رسالة إلى المرأة العاملة التى تعمل خارج بيتها ولديها طفلان وتعيش فى الضواحى وتتمتع بدخل مجمع قدره ١٠٠ ألف دولار . ضع تلك الإنسانة ومعها الصحيفة فى ذهنك، وسوف تحصل على القراء والمعلنين الذين تريدهم . ولكن لابد من تناول القضايا المهمة » .

ويسمى هذا التكنيك تسويق «العلاقة»، لأنه يعتمد على إقامة علاقات طويلة المدى مع أنماط معينة من القراء بدلاً من إرسال رسالة عشوائية إلى الجميع . ولتحديد العميل المفضل والشروع فى إقامة علاقة ما، تستخدم الصحف قواعد بيانات لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الديموغرافية والمالية عن عملائها . وهى تشترى قوائم بطاقات الائتمان، وترسل استبيانات مفصلة للقراء لملئها، وتجرى استطلاعات بالتليفون . وهذا الاستهداف يجتذب كذلك المزيد من المعلنين . وبعد

مراجعة حاجات المعلنين، على سبيل المثال، أنشأت صحيفة «ميلووكيز جورنال ستينل» Milwaukee's Journal Sentinel ثمانية أقسام متخصصة.

ويمكن الشعور بأثر هذه الغاية التسويقية فى صالة الأخبار كذلك، حيث تظهر نصائح للمستهلكين، وإرشادات للمتسوقين، وإرشادات لكيفية إدارة الأموال على صفحات الأخبار. وأنشأت صحيفة فى كاليفورنيا، وهى «أورانج كاونتى ريجستر» Orange County Register، باب «أخبار المراكز التجارية»، حيث يتجول المخبر الصحفى فى المراكز التجارية بحثًا عن الأخبار.

وتجرى حاليًا إزالة الأسوار القديمة التى أقامتها صالة الأخبار بين «الكنيسة» (الأخبار) و«الدولة» (البزنس) فى مسعى لتكامل المصالح التى كانت متصارعة فى يوم من الأيام. ويقول جيف كاوارت من معهد الصحافة الأمريكى: «إن خرافة إفساد المحرر بحديثه مع مدير الإعلانات آخذة فى التداعى». وفى كل يوم نجد أن المحررين يزدادون «غرقًا فى مناقشة البزنس، ولكنهم لم يتخلوا عن أخلاقهم».

ويصف توماس وينشب محرر «بوسطن جلوب» السابق، الذى يكتب عمودًا فى «إديتور أند ببليشر»، هذا الاتجاه الاستهلاكى بأنه «الانحدار الكبير». إلا أنه يعتقد أن الصحافة التى يوجهها المستهلك لن تسيطر سيطرة تامة على صالة الأخبار. كما يقول إن عدد الصحف الجادة «سيكون أقل، ولكن مستقبلها طويل المدى سيكون مضمونًا، ولن يمسس روحها المتحدة أى سوء». وبينما نجد أن النقاش أبعد من أن يكون قد حُسم، فإن بعض الدلائل تشير إلى أنه قائم على صواب.

ونشرت صحيفة «بوكا راتون نيوز» Boca Raton News قصة خبرية بهذا العنوان: «ارتفاع وشيك فى أسعار الشمبانيا». وقال المحرر: «إننا الجريدة الوحيدة فى أمريكا التى تنشر قصة خبرية بارتفاع ثمانية بوصات عن ذلك الموضوع. فبالنسبة لمن ولدوا بعد الحرب العالمية الثانية ويذهبون إلى الكثير من حفلات الشمبانيا، يعد هذا أكثر أهمية مما يجب أن يقوله جاك كيمب اليوم». وأوضح أن القصة كانت جزءًا من مقاربة شاملة جديدة لتغطية الأخبار. كما قال: «لقد فشلت الصحف فى معاملة القراء باعتبارهم زبائن وتفصيل المنتج حسب اهتمامات هؤلاء الزبائن

وآمالهم. ويجب علينا أن نفعل ما يفعله « شيفروليه » و« صابون أيفورى ».

ومع ذلك، فقد ثبت أن حماسه مبالغ فيه. إذ تخلت الصحيفة عن تجربتها مع مثل هذه الأخبار باعتبارها فكرة سيئة. وإضافة إلى ذلك، لم يعد هناك وجود للمراكز التجارية تلك. بل إنه فى الوقت الذى فشلت فيه بعض هذه الأفكار، ظهرت تجارب أخرى فى التغليف. وكان بعضها ذا جانب مشرق بالنسبة للمستقبل. وكانت صفحة YAK فى صحيفة «ديترويت فرى بريس» Detroit Free Press تضم مقالات وألغازًا وألعابًا لأطفال المرحلة الابتدائية. وربما لا يكون فى ذلك جديد بمعايير مخضرمى الصحف. ولكن بعد سنتين زعمت الصحيفة أنها تكتسب دعم جيل الشباب فى المدينة.

كلام جانبى: معرفة القراءة والكتابة

كان هناك اعتقاد بأن أكثر من ثلاثين مليون أمريكى أميون سنة ١٩٩٤، يضاف إليهم ما يقدر بـ٢,٢ مليون شخص كل عام. وحيث إنه كان هناك حوالى ١٩٥ مليون شخص بالغ فى الولايات المتحدة سنة ١٩٩٤، فيعنى هذا أن ١٥ بالمائة من السكان البالغين لا يعرفون القراءة.

وترتبط الصحف بمعدلات الأمية المرتفعة علاقة حب وكره. فعندما تريد الهيئات الصحفية إقناع الأعمال التجارية باستخدام الصحف للإعلان عن نفسها، نجدها تتحدث عن عدد ما لديها من قراء. فقد أعلنت نشرة صحفية صادرة عن اتحاد الصحف الأمريكى أنه «فى سنة ١٩٩٤ كان ١١٥ مليون أمريكى فى المتوسط (أو ما يزيد على ٦١ بالمائة من إجمالى عدد السكان البالغين) يقرءون صحيفة يومية بشكل منتظم». وعندما ترغب الاتحادات فى حث أعضائها على أن يولوا المزيد من الأهمية لكسب المزيد من القراء، فإنها تضفى مسحة من الكآبة على الإحصائيات. وذكرت مطبوعة المهنة «إديتور أند ببليشر» أن «واحدًا من كل ثلاثة أمريكيين بالغين لا يعرف وحسب قراءة صحيفتك أو صحيفتى، بل لا يمكنه قراءة استمارة التوظيف».

وإذا نحينا المصلحة الذاتية جانبًا، لوجدنا أنه من الصعب تتبع الأمية. ذلك أن التعريفات تغيرت على مر السنين. وحتى سنة ١٨٥٠ كان المرء يعد عارفًا بالقراءة

إذا أمكنه كتابة اسمه. ومنذ ذلك الوقت حتى سنة ١٩٠٠، كان المرء يعد عارفًا للقراءة إذا كان يكتب اسمه ويتلو فقرات من الكتاب المقدس من ذاكرته. ومنذ ذلك الوقت حتى سنة ١٩٨٠ كانت القدرة على فهم المادة غير المألوفة هي المحك العام. والآن هناك ما يسمى معيار «التطبيق» الذى يقيس معرفة القراءة طبقًا للقدرة على القراءة والكتابة بالمستوى المطلوب لأداء المرء لوظيفته فى المجتمع. والتعريف المعمول به حاليًا للشخص الأمى ـ وهو الشخص الذى كان ضمن معدل الأمية المذكور آنفًا ومقداره ١٥ بالمائة ـ هو ذلك الذى لا يمكنه قراءة اللغة الإنجليزية بالمرة أو يمكنه فقط قراءة أبسط اللافتات أو البطاقات أو التعليمات، ولا يمكنه قراءة ما هو أكثر من منهج الصف الثالث أو الرابع الابتدائى.

وبغض النظر عما تقوله الصحف للمعلنين، فهى مهمومة بالحصول على قراء. وشنت الصناعة حملة نشطة لتحسين معرفة القراءة باستخدام الصحف. وترعى أكثر من سبعمائة صحيفة أمريكية شمالية برامج الصحف فى التعليم التى تقدم الصحف للمدارس بأسعار مخفضة.

لِمَ لا تكون هذه هى النهاية ؟

فى سنة ١٩٩٤ قررت صحيفة «بوسطن جلوب» إنهاء ممارسة قيام الصبيان والفتيان بتوصيل الصحف. وقررت الاستعاضة عن ٤٣٠٠ موزع صغير بـ ٢٤٠٠ موزع بالغ خلال أربع سنوات.

ومع كثرة التغييرات، يبدو فى بعض الأحيان أن الصحيفة التقليدية نفسها سيتم إبدالها. وتبحث شركات الصحف وهيئات الصحافة الاحترافية بحثًا حثيثًا عن طرق للعمل بطريقة مختلفة.

ويشير عدد ربيع ١٩٩٣ من مطبوعة «نايت ريدر» الداخلية «نايت ريدر نيوز» Knight-Ridder News إلى أن تلك التغيرات وشيكة الحدوث. ويوضح المقال الرئيسى الطريقة التى يقدم بها قسم خدمات المعلومات التجارية والمالية تقارير خاصة للشركات «سواء كانت تظهر على شاشة الكمبيوتر أو تتدفق على الصفحة المطبوعة». وقصة أخرى عنوانها «إعادة تعريف الخبر: صحف «نايت ريدر» تعثر

على طرق جديدة للاتصال بالقراء». وهى تروى كيف أنشأت إحدى صحف «نايت ريدر» قسمًا خاصًا يخاطب المرأة التى لا تقرأ الصحيفة مثلما كانت تقرؤها من قبل. ويتحدث مقال ثالث عن أهمية آراء محللى البورصة بالنسبة لمستقبل الشركة. وتقدم المجلة بروفيلاً لروجر فيدلر الذى كان فى ذلك الوقت يدير معمل «نايت ريدر» لتصميم المعلومات فى بولدر بولاية كولورادو. وقد أجرى فيدلر تجارب على طرق توصيل الأخبار اليومية من خلال أجهزة كمبيوتر محمولة فى اليد، حيث انتهى إلى ما أسماه قرص الصحيفة الذى يحل محل النسخة المطبوعة.

والمقصود من مبادرات «نايت ريدر» بطبيعة الحال هو أن تكون إيجابية. ولكنها لا تُفسر بهذه الطريقة دائمًا فى صالة الأخبار. فقد أدت إلى الاستغناء عن الكثير من الصحفيين التقليديين. بل إن من يؤيدون التغيير أثاروا أسئلة مقلقة بشأن مستقبل بزنس الصحف. وهذه هى أقسى أربعة أسئلة:

- هل سيقل اهتمام الناس بالأخبار؟ فى الأيام الخوالى كان الأب والأم يجلسان فى مدخل البيت يقرآن صحيفة المساء. والآن من المحتمل أنهما يذهبان للعمل. وبعد شراء البقالة، وإصلاح السيارة، والذهاب مرتين إلى الحضانة، يتبقى وقت أقل بكثير للصحيفة. (ولأن النساء يتحملن عبء معظم هذا الواجبات، فقد هبط معدل قراءتهن بصورة خاصة). ويتوقع الخبراء أن الأمريكى العادى سيخصص ١٦٥ ساعة لقراءة الصحيفة سنة ١٩٩٧، وهو ما يقل بمقدار ١١ بالمائة عن سنة ١٩٨٤.

ولكن هذا لا يعنى أن الرجل الأمريكى والمرأة الأمريكية قللا من أهمية الأخبار. وعلى العكس من ذلك نجد أن الأخبار والمعلومات الخاصة بالأحداث الجارية والاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية والمنجزات العلمية جميعها أكثر أهمية من أى وقت سبق. وإذا لم يكن الناس يقضون وقتًا طويلاً مع الصحيفة فى البيت، فإنهم يقضون وقتًا أطول بكثير فى المكتب وهم يحاولون العثور على المعلومات واستيعابها والاستفادة منها.

إن هذا هو عصر المعلومات. وكتب أستاذ الإدارة بيتر دروكر يقول: «لم يعد المورد الاقتصادى الأساسى - أى «وسائل الإنتاج» حسب المصطلح الاقتصادى -

هو رأس المال، ولا الموارد الطبيعية (أى « الأرض» عند الاقتصاديين) ولا «العمل». إنه المعرفة وسيظل هو المعرفة».

ـ هل ستبقى الصحيفة؟ الناس بحاجة إلى الأخبار. ولكن هل سيحصلون على هذه الأخبار من الصحف، أم سيحصلون عليها من مكان آخر؟

إن أحد أسباب انخفاض عدد قراء الصحف هو أن الناس مشغولون كثيراً. والسبب الآخر هو أن لديهم الكثير جداً مما يقرءونه بأشكال مختلفة. والمجلات والنشرات المتخصصة تخاطب بعض الاهتمامات الخاصة. وتأتى خطوط التليفون بنتائج المباريات الرياضية وأحدث أسعار البورصة. وتصل أخبار «الفاكس» وخدمة شبكة الكمبيوتر، مثل «بروديجى»، إلى أجهزة الكمبيوتر المنزلية مقابل مبلغ صغير من المال فى كل شهر.

وغالبًا ما تبدو هذه التكنولوجيا الجديدة أكثر حميمية من الصحيفة المطبوعة. وكثيراً ما يلقى موزعو الصحف (بالغين أم أطفالاً) بالأخبار اليومية داخل الشجيرات. كما أن حبر الصحيفة يؤذى أيدى الناس. والصحيفة نفسها ليست صديقة إلى حد كبير للبيئة. ويقول رالف لوفنشتاين معلم الصحافة: «إن الأمر يحتاج إلى ٣١٠٠ شجرة طول كل منها ستون قدمًا لطباعة عدد اليوم من «أطلانطا كونستتيوشن». وفى أى يوم تشكل الصحف القديمة من ٧ إلى ١٠ بالمائة من القمامة البلدية الصلبة التى تجمع يوميًا، وحوالى ٦ بالمائة من القمامة التى تدفن تحت الأرض ».

ورغم كل هذه العوامل، فليس من المحتمل أن تكون الصحيفة اليومية ذلك الديناصور التى يرى البعض أنها صائرة إليه.

أول كل شىء أن تكنولوجيا الصحيفة المطبوعة لها مزاياه، مثلما أن لها عيوبها. فالصحيفة من السهل التنقل بها (كأن تُقرأ فى المترو أو على المقهى)، ومن السهل الإمساك بها. كما أنها مألوفة. ونحن نعتقد أن الصحيفة الورقية سوف تظل موجودة فترة من الزمن، حتى وإن كانت طريقة من الطرق العديدة التى تصل بها «الصحيفة» إلى الجمهور.

الأمر الثانى هو أنه يبدو من المؤكد كذلك أن آليات التوصيل الجديدة سوف تستخدم مفاهيم الصحيفة التقليدية. فالصحيفة الإلكترونية التى تظهر على شاشة الكمبيوتر سوف تستخدم بعض تكنيكات الإخراج التقليدية، لا لشىء إلا لأن القراء سيجدونها مألوفة لهم. والشركات الإعلامية التقليدية تقوم بدور كبير فى إنشاء المنتجات الإخبارية الجديدة. كما أن الصحف الجديدة سوف تعتمد على الصيغ المعترف بها الخاصة بتحديد ما هو خبر والطريقة التى يتم بها نقله.

- هل ستسيطر الشركات الكبرى على بزنس الأخبار بما يزيد على سيطرتها الحالية عليه؟ الأخبار والمعلومات فى سبيلها لأن تكون بزنس أكبر كثيراً عما كانت عليه فى السابق، وهذا أمر مؤكد. أما من الذى ستكون له السيطرة فأمر غير مؤكد.

والصحف التقليدية تزداد حجماً بالطرق التقليدية. فعلى سبيل المثال اشترت «نيويورك تايمز» صحيفة «بوسطن جلوب» وهى صحيفة كبيرة كذلك. كما يزداد حجم الصحف التقليدية بطرق غير تقليدية. خذ مثلاً طريقة «النص المسموع» Au-diotext التى تأتى بنتائج المباريات الرياضية عبر خطوط التليفون. وفى سنة ١٩٩٤ قدمت حوالى ستين صحيفة نسخًا كاملة منها على شبكة الكمبيوتر، ويزداد عددها فى كل شهر. ويقول آرثر سالزبرجر الابن ناشر «نيويورك تايمز»: «إننى لا أدرى شيئًا بالمرة فيما يتعلق بطرق التوزيع. . . فإن نظام التوزيع الإلكترونى لن يضمن وحسب أن تقدم أخبارنا لقطات أحداث العالم دقيقة بدقيقة، ولكنه سيقتطع كذلك مئات الملايين من الدولارات من هيكل تكاليفنا».

وفى الوقت نفسه تدخل الشركات الإعلامية غير التقليدية بزنس الأخبار والمعلومات. فقد أنشأت «سيرز» و«آى بى إم» و«سى بى إس» شركة «بروديجى للخدمات». وكانت «سى بى إس» أكثر الشركات الثلاث توجهًا نحو الأخبار، غير أن الظروف المالية الصعبة اضطرتها للخروج تاركة «سيرز» و«آى بى إم» مالكين للشركة. وشركة «ميد داتا سنترال» المنتجة لقاعدة بيانات مشهورة تسمى Lexis-Nexis هى أحد فروع شركة منتجات الورق «ميد كوربوريشن».

واحتمال سيطرة الشركات الكبرى على الأخبار أمر مثير للقلق. وهذا أحد الأسئلة المخيفة: لو شعرت «نايت ريدر» أكثر وأكثر بالقلق بشأن ما يعتقده محللو البورصة، هل سيكون قلقها أقل بشأن الأخبار جيدة النوعية، أم ستخفض عدد هيئات التحرير فى كل مرة يحدث فيه كساد اقتصادى؟

ومع ذلك، فإنه بينما يبدو أن الشركات الإعلامية الكبيرة تزداد حجمًا، فإن الصحيفة التقليدية تتمتع بقوة أكبر مما كانت تتمتع بها فى الماضى. وإذا كانت الصحافة المطبوعة وتوزيعها يكلف كثيراً من المال، فإن الصحيفة التى تقدم عبر شبكة الكمبيوتر إلى مشتركين منتقين ليست مكلفة، وكذلك الحال بالنسبة للنشر الكمبيوترى. والصحف العالمية الكبيرة تجد نفسها تدخل فى منافسة كبيرة مع العمليات الصغيرة. وفى أوائل التسعينيات قدر فرانك ساذرلاند محرر صحيفة «تينيسيان» Tennesean التى تصدر فى ناشفيل أن حوالى سبع وأربعين صحيفة يومية وأسبوعية موجودة فى منطقة ذروة عدد القراء. ولم تكن تلك الصحف متخصصة فى القصة الضخمة، غير أنها كانت تتمتع بميزات فيما يتعلق بتغطية شريحتها من المجتمع.

وقد يكون ظهور العمليات الإخبارية الصغيرة التى تقف على قدميها تطوراً صحيًا. ومع أن المدينة الصغيرة ذات الصحيفتين استثناء وليست القاعدة التى كانت فى حقبة غير هذه، فإن التنافس لم يمت. ويمكن للمتنافسين الجدد تقديم الأخبار التى يحتاجها القراء. ويمكنها أن تمنع العمالقة من أن يصبحوا راضين عن أنفسهم وتجبرهم على أن يستجيبوا لرغبات القراء.

- هل ستكون الأخبار أكثر خفة وأقل صلابة؟ إن جهوداً كالتى تقوم بها «نايت ريدر» لـ«إعادة تعريف الخبر» تثير قلق الصحفيين التقليديين أكثر من غيرهم. والأقسام الخاصة التى تخاطب «المرأة التى لا تقرأ الصحيفة مثلما كانت تقرؤها من قبل» تنطوى على شبهة الشفرة الخاصة بالابتعاد عن الأخبار الجادة. ويشعر الكثير من المحررين والمخبرين الصحفيين أن الصحافة ضلت طريقها عندما غيرت الصحف مواردها من صحافة التحقيقات لكى تقدم الترفيه وأخبار الخدمة «اللينة» (مثل كيف تستفيد بأكبر

قدر ممكن من التمرينات التى تؤديها فى فترة الغداء) ويلعب المحررون بفكرة إنتاج صحف معطرة.

وتشير وجهة النظر التاريخية العريضة إلى أن الجدل الذى يدور حاليًا ليس جديدًا، كما يبدو فى بعض الأحيان. فتوجيه الأخبار تبعًا لرغبات المستهلكين هو السبب وراء إنشاء الصحف أول مرة. وكما أشرنا آنفًا، فإن الترفيه فكرة قديمة ومعترف بها فى الصحافة. وتأتى صحافة التحقيقات فى موجات. والأمر الجديد هو كثافة الجدل. وتجبر التكنولوجيا الجديدة، والاقتصاديات وأنماط المعيشة المتغيرة - وغيرها من العوامل - الصحفَ على إعادة التفكير فى دورها ومقاربتها للأخبار.

ونحن لا نوصى بالحنين إلى الماضى كمصدر للحلول. فواقع الأمر أن بائع الصحف ذلك لم يكن تلك الشخصية التى تمثل الولايات المتحدة ككل.[1] وفى الثلاثينيات شهد ليويس لوز بأن سبعة من بين كل عشرة من نزلاء سجن سنج سنج كانوا موزعى صحف. ومع ذلك فنحن نعتقد أن بعض الحقائق القديمة لا تزال قائمة.

وحسبما تراه عقولنا على الأقل، فإن قوة الصحف الفريدة تكمن فى قدرتها على تقديم منظور واسع المدى للأحداث. وبينما تقوم المطبوعات المتخصصة بدور مهم فى عصر المعلومات، ما زال الناس بحاجة إلى الأخبار العامة عن القضايا السياسية والمالية والتجارية والاجتماعية، التى ليسوا خبراء فيها ولكنها تشكل حياتهم. وكانت الصحف بعيدة عن الكمال فى تلبية هذه الحاجة، ولكنها أدت

---

(١) قدم مارك توين لأول مرة بائع الصحف على أنه «أعظم من الملوك». والواقع أن كثيرين من موزعى الصحف فى القرن التاسع عشر كانوا أطفالاً متشردين ينامون ورءوسهم على الصحف المرتجعة. وخلال إضراب حدث سنة ١٩٩٠، استغلت صحيفة «ديلى نيوز» المتشردين فى توزيع الصحف فى شوارع نيويورك. لقد فُصل توماس أديسون المغامر الذى كان يبيع الصحف فى خط سكك حديد جراند تراك (وصفعه الكمسارى). وحقق الناشرون الكثير بتقديم منح دراسية لموزعى الصحف. ولكن عندما شكل أربعة عشر منهم اتحادًا للمساومة مع صحيفة «بروفيدنس جورنال بوليتن» Providence Journal-Bulletin، ترددت الإدارة فى الدخول فى محادثات معهم ورفضت إعلانًا أرادوا دفع ثمنه فى الصحيفة.

الدور أفضل من سواها . وحتى إذا كان من الممكن أن تأتى أخبار «الصحيفة» من مكان آخر غير الصحيفة ، أو إذا حسنت قدرتها الخاصة بالترفيه عن القراء أو تلبية حاجات محددة ، فإن المبادئ الأساسية تظل كما هى . ونعتقد أن الصحف ستبقى إن هى ركزت على أهم جزء من امتيازها ، وهو الخبر الشامل الصادق الذى ينشر فى وقته ويتميز بالشجاعة ويرتبط بالأحداث الجارية .

ولكن لا تعنى الأخبار الضرورية للحفاظ على الديموقراطية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية شيئًا بدون القراء النشطاء . وبالنسبة للاحتمالات التى يمكن أن تحققها الصحيفة فى المستقبل ، تقع المسئولية على عاتق المواطنين . فالواجب على القراء أكثر من أى وقت مضى هو فهم عملية الأخبار - أى معرفة ما يصلح كأحسن ما يكون وما لا يصلح . ومثل هذه المعرفة قد لا تجعل الصحيفة تؤدى عملها على مستوى أعلى ، وإن كنا لا نستبعد هذه النتيجة . ولكنها سوف تؤدى إلى وجود مواطن لديه قدر أفضل من المعلومات .

* * *

الفهـــرس

* * *

رقم الإيداع ٥١٣٤/٢٠٠٠
الترقيم الدولى 0 - 0622 - 09 - 977

مطابع الشروق

القاهرة :٨ شارع سيبويه المصرى ـ ت:٤٠٢٣٣٩٩ ـ فاكس:٤٠٣٧٥٦٧ (٠٢)
بيروت : ص.ب: ٨٠٦٤ ـ هاتف : ٣١٥٨٥٩ ـ ٨١٧٢١٣ ـ فاكس : ٨١٧٧٦٥ (٠١)